

Seat No. : _____

TC-16

Business Organisation and Management-III

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

નોંધ : દરેક પ્રશ્નનાં ગુણ સરખા છે.

૧. (અ) ઉત્પાદન આયોજન અને અંકુશનો અર્થ સમજાવો, અને ઉત્પાદન આયોજન અને ઉત્પાદન અંકુશ વચ્ચેનો તફાવત આપો.
(બ) ખરીદીની વિવિધ પદ્ધતિઓ સમજાવો.

અથવા

૧. (અ) આર્થિક વરદી જથ્થાની વિભાવના સાથે સંકળાયેલ મૂળભૂત વિચાર ચર્ચો.
(બ) કેન્દ્રિત ખરીદી અને વિકેન્દ્રિત ખરીદીના સાપેક્ષ લાભાલાભ વર્ણવો.

૨. (અ) માર્કેટિંગ મિશ્ર એટલે શું ? તેના ઘટકો સંક્ષિપ્તમાં સમજાવો.
(બ) આધુનિક માર્કેટિંગ વિભાવના પાછળ રહેલી ધંધાકીય ફિલસૂફી સમજાવો.

અથવા

૨. (અ) પેદાશ જીવન-ચક્રના તબક્કાઓ ચર્ચો. પેદાશ પ્રવેશના તબક્કે (૧) મલાઈ તારવી લેવાની વ્યૂહરચના અને (૨) બજારમાં પ્રવેશ મેળવવાની વ્યૂહરચના સમજાવો.
(બ) પેદાશ મિશ્રના વ્યાપ અને ઊંડાણની વિભાવના સ્પષ્ટ કરો.

૩. “ગ્રાહકની વર્તણૂક આર્થિક, સામાજિક-સાંસ્કૃતિક અને મનોવૈજ્ઞાનિક પરિબળો દ્વારા નક્કી થાય છે.” આ વિધાન સમજાવો.

અથવા

૩. બજાર વિયોજન એટલે શું ? બજાર વિયોજનની સફળતા માટેનાં ધોરણો કયા છે ? બજાર વિયોજનના આધારો કયા કયા છે?

૪. (અ) પેદાશના માર્કેટિંગમાં બ્રાન્ડિંગ અને પેકેજિંગની ભૂમિકાનું ટીકાત્મક મૂલ્યાંકન કરો.
(બ) વિતરણ માર્ગની પસંદગીને અસર કરતાં પરિબળો વર્ણવો.

અથવા

TC-16

1

P.T.O.

૪. (અ) કિંમત નિર્ધારણના ઉદ્દેશો જણાવો. પેદાશની કિંમત નક્કી કરવા માટે ઉપયોગમાં લેવાતા માપધોરણો વર્ણવો.
- (બ) પેદાશના માર્કેટિંગમાં જાહેરાતની ભૂમિકાનું ટીકાત્મક મૂલ્યાંકન કરો.

૫. ટૂંક નોંધ લખો. (ગમે તે બે)

- (૧) અભિવૃદ્ધિ મિશ્રના ઉદ્દેશો.
- (૨) મૂલ્ય વિશ્લેષણ.
- (૩) માંગ આધારણની પદ્ધતિઓ.
- (૪) માંગની જુદી જુદી પરિસ્થિતિમાં માર્કેટિંગ કાર્ય.
- (૫) આંકડા-શાસ્ત્રીય ગુણવત્તા અંકુશ.

Seat No. : _____

TC-16

Business Organisation and Management-III

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

Instruction : All questions carry equal marks.

1. (a) Define production planning and control and distinguish between production planning and production control.
- (b) Explain the various methods of purchasing.

OR

1. (a) Explain the basic idea involved in Economic Order Quantity concept.
- (b) Describe relative merits and demerits of Centralised purchasing and Decentralised purchasing.

2. (a) What is marketing mix ? Comment in brief upon its constituents.
- (b) Explain the philosophy of modern marketing concept.

OR

2. (a) Discuss the stages in the Product Life Cycle. Explain (i) Skimming strategy and (ii) Penetration strategy at introduction stage of a product.
- (b) Explain the concept of breadth and depth of product mix.

3. Explain, 'Buyer behaviour is determined by economic, social-cultural and psychological factors.'

OR

3. What is market segmentation ? What are segmentation success criteria ? What are the basis for market segmentation ?

4. (a) Critically evaluate the role of branding and packaging in marketing of a product.
- (b) Describe the factors affecting the selection of distribution channel.

OR

TC-16

3

P.T.O.

4. (a) State the objectives of pricing. Describe yardsticks used in pricing a product.
(b) Critically evaluate the role of advertising in marketing of a product.
5. Write short notes on (any **Two**) :
- (i) Objectives of the promotion mix.
 - (ii) Value Analysis.
 - (iii) Methods of demand forecasting.
 - (iv) Marketing functions in different demand situations.
 - (v) Statistical Quality Control.
-

HowToExam.com