

**M.Com Semester - 3 (CBCS) Examination
OCT/NOV-2025 (AS PER SYLLABUS YEAR JUNE-2019)**

Integrated Marketing Communication & Brand Equit (Elective (New))

Time: 2:30 Hours

Marks: 70

Instructions:

1. All questions are compulsory.
2. Figures to the right indicate marks.

પ્રશ્ન.૧ માર્કેટિંગ સંદેશા વ્યવહાર (કોમ્યુનિકેશન) ની વ્યાખ્યા આપી માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન મિશ્રણ નક્કી કરવા માટેના અગત્યના પરિબલોની ચર્ચા કરો. (૨૦)

અથવા

પ્રશ્ન.૧ માર્કેટિંગ એજન્સી એટલે શું? તેનો ખ્યાલ, કાર્યક્ષેત્ર અને મહત્વ સમજાવો.

પ્રશ્ન.૨ પેદાશને બ્રાન્ડિંગ કરવાના ફાયદાઓ ચર્ચો. બ્રાન્ડ ઇક્વિટી ઘડવાના મોડેલ સમજાવો. (૨૦)

અથવા

પ્રશ્ન.૨ (A) બ્રાન્ડ પોઝિશનિંગ વિષે સમજૂતી આપો. (૧૦)

(B) બ્રાન્ડ વેલ્યૂ સ્થાપિત કરવા અંગે નોંધ લખો. (૧૦)

પ્રશ્ન.૩ બજાર વિભાજનના પ્રકારો અને પદ્ધતિઓ ચર્ચો. (૧૫)

અથવા

પ્રશ્ન.૩ ગ્રાહક ડેટાબેઝ અને તેના વડે ગ્રાહક સાથે સંબંધો સ્થાપિત કરવા અંગે વિસ્તૃત નોંધ લખો.

પ્રશ્ન.૪ માર્કેટિંગ મીડિયાનું વર્ગીકરણ સવિસ્તર સમજાવો. (૧૫)

અથવા

પ્રશ્ન.૪ ટૂંક નોંધ લખો (કોઈ પણ બે)

1. ઈમેલ માર્કેટિંગ
2. કોપી રાઇટિંગ
3. આંતરિક બ્રાન્ડિંગ
4. ભારતમાં એડ્ એજન્સીઓ

ENGLISH VERSION

Que.1 Discuss the important factors for determining the marketing communication mix by defining marketing communication. (20)

OR

Que.1 What is the marketing agency? Explain its concept, scope and importance.

Que.2 Discuss the benefits of branding the product. Explain the model of building brand equity. (20)

OR

Que.2 (A) Explain brand positioning. (10)

(B) Write a note about establishing brand value. (10)

Que.3 Describe types and methods of market segmentation. (15)

OR

Que.3 Write a detailed note on the customer database and how to establish relationships with the customer through it.

Que.4 Explain the classification of marketing media in detail. (15)

OR.

Que.4 Write a short note (Any Two)

1. Email Marketing
2. Copyrighting
3. Internal branding
4. Ad agencies in India
