

Samarpan Arts & Commerce College

Sector-28, Gandhinagar

B.com Sem-2

CC-107 : Fundamentals of Marketing Management

Unit – 2. Market Demand

-Dr. Lalita M. Solanki

(HOD, Commerce)

December 13 2019

Room No. 201

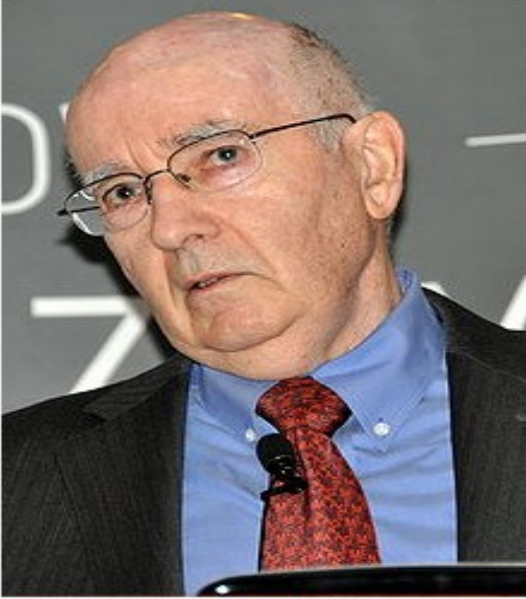
Time : 8.00 am to 9.00 am

Content :

- ❖ Learning Points:
 - ❖ Market
 - ❖ Demand
 - ❖ Functions
 - ❖ Definition
 - ❖ Marketing
 - ❖ Different Situation

Definition of Market Demand

Philip Kotler



Kotler in 2009

Born	May 27, 1931 (age 87) Chicago, Illinois, U.S.
Nationality	American
Education	DePaul University University of Chicago Massachusetts Institute of Technology
Occupation	Author, Marketing Professor, Economist and Consultant
Known for	marketing, economics
Website	www.pkotler.org

ચોક્કસ માર્કેટિંગ કાર્યક્રમ મુજબ, ચોક્કસ બજાર પર્યાવરણમાં, વિસ્તારમાં કે પ્રદેશમાં ચોક્કસ સમયગાળા દરમિયાન, ચોક્કસ ગ્રાહકોના સમૂહ દ્વારા કોઈ એક ચીજ-વસ્તુનો જેટલો જથ્થો ખરીદવામાં આવે તેને જે તે પેદાશની બજારમાંગ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

(Marketing Management)

Various Marketing Program in Different Situation of the Market Demand

01. Negative Demand – Conversional Marketing
નકારાત્મક માંગ – રૂપાંતરલક્ષી માર્કેટીંગ
02. Zero Demand – Stimulation Marketing
માંગનો અભાવ / શૂન્ય માંગ – ઉદ્દીપન માર્કેટીંગ / પ્રોત્સાહનલક્ષી માર્કેટીંગ
03. Latent Demand – Development Oriented Marketing
સુષુપ્તમાંગ – વિકાસલક્ષી માર્કેટીંગ
04. Irregular Demand – Synchrony Marketing
અનિયમિત માંગ – સમકાલીન માર્કેટીંગ
05. Falling Demand – Re-marketing
ક્રમશઃ ઘટતી માંગ – પુનઃમાર્કેટીંગ
06. Full Demand – Maintenance Marketing
પુર્ણ માંગ – નિભાવલક્ષી માર્કેટીંગ
07. Overfull Demand – De-Marketing
અતિશય માંગ – વિપરીત માર્કેટીંગ
08. Unwholesome Demand – Counter Marketing
હાનિકારક માંગ – પ્રતિ-માર્કેટીંગ



**Thanks for
Peacefully
Listening**

