

**2008000105050041 / 2008000105060004**  
**EXAMINATION FEBRUARY-MARCH 2024**  
**BACHELOR OF COMMERCE (FIFTH SEMESTER)**  
**MARKETING - V**

[Time: As Per Schedule]

[Max. Marks: 50]

**Instructions:**

1. Fill up strictly the following details on your answer book
  - a. Name of the Examination : **BACHELOR OF COMMERCE (FIFTH SEMESTER)**
  - b. Name of the Subject : **MARKETING - V**
  - c. Subject Code No : **2008000105050041 / 2008000105060004**
2. Sketch neat and labelled diagram wherever necessary.
3. Figures to the right indicate full marks of the question.
4. All questions are compulsory.

Seat No:

--	--	--	--	--	--

Student's Signature

**Q.1 ઉદ્દેશ્ય પ્રશ્નો. (દરેક પ્રશ્ન 1 માર્ક ધરાવે છે)**

**15**

**Objective questions. (Each question carries 1 mark) (MCQs)**

1. \_\_\_\_\_ એ સંસ્થાનો સામનો કરતી ચોક્કસ માર્કેટિંગ પરિસ્થિતિને સંબંધિત ડેટાની પ્રણાલીગત ડિઝાઇન, સંગ્રહ, વિશ્લેષણ અને રિપોર્ટિંગ છે.
  - a. માર્કેટિંગ પ્રક્રિયા
  - b. માર્કેટિંગ સંશોધન
  - c. સંશોધન ડિઝાઇન
  - d. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ\_\_\_\_\_ is the systemic design, collection, analysis and reporting of data relevant to a specific marketing situation facing an organization.
  - a. Marketing process
  - b. Marketing research
  - c. Research design
  - d. None of the above
2. સંશોધનમાં ડેટા માન્ય અને \_\_\_\_\_ હોવો જોઈએ.
  - a. પૂર્વગ્રહયુક્ત
  - b. નિષ્પક્ષ
  - c. બોજારૂપ
  - d. સરળIn research data should be valid and \_\_\_\_\_.
  - a. Biased
  - b. Unbiased
  - c. Cumbersome
  - d. Simple

3. સંશોધનમાં માહિતી \_\_\_\_\_ યોગ્ય લોકો દ્વારા એકત્રિત કરવી જોઈએ.
- a. મુલાકાત  
b. સંપર્ક કરી રહ્યા છે  
c. સમીક્ષા કરી રહ્યા છીએ  
d. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ.

In research data should be collected through \_\_\_\_\_ right people.

- a. Interviewing  
b. Contacting  
c. Reviewing  
d. None of the above.

4. માર્કેટિંગ સંશોધન પ્રક્રિયાનો સૌથી મહત્વપૂર્ણ ભાગ છે
- a. ઉકેલ વિકસાવી રહ્યા છીએ  
b. સમસ્યાની વ્યાખ્યા  
c. એક્શન પ્લાન તૈયાર કરી રહ્યા છીએ  
d. માહિતી એકઠી કરી રહી છે.

The most important part of the marketing research process is

- a. Developing the solution  
b. defining the problem  
c. Preparing action plan  
d. collecting information.

5. બજાર સંશોધન સામાન્ય રીતે \_\_\_\_\_ પર માહિતી માંગે છે.

- a. બજાર  
b. ઉપભોક્તા  
c. ઉત્પાદનો  
d. ઉપરોક્ત તમામ

Market research usually seeks information on \_\_\_\_\_

- a. Market  
b. consumer  
c. Products  
d. all of the above

6. કોઈ ઉત્પાદન બજારમાં \_\_\_\_\_ આવે તે પહેલાં અને તેના જીવન ચક્ર દરમિયાન નિયમિત, સામયિક ધોરણે માર્કેટિંગ સંશોધન જરૂરી છે.

- a. ઉત્પાદિત  
b. પરિચય આપ્યો  
c. બદલી  
d. જાહેરાત

Marketing research is needed before a product is \_\_\_\_\_ to the market, and on a regular, periodic basis throughout its life cycle.

- a. Produced  
b. introduced  
c. promoted  
d. advertised

7. જ્ઞાન અને કૌશલ્યો પર ડેટા એકત્રિત કરવા માટે પરીક્ષણો અથવા સોંપણીઓનો ઉપયોગ \_\_\_\_\_ તરીકે ઓળખાય છે.

- a. શિક્ષણ  
b. મીડિયા અને સંચાર  
c. ભૌતિક વિજ્ઞાન  
d. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ

Using tests or assignments to collect data on knowledge and skills is known as \_\_\_\_\_.

- a. Education  
b. Media and communication  
c. Physical sciences  
d. None of the above

8. વજન, બ્લડ પ્રેશર અથવા રાસાયણિક રચના જેવી વસ્તુઓ પર ડેટા એકત્રિત કરવા માટે વૈજ્ઞાનિક સાધનોનો ઉપયોગ \_\_\_\_\_ તરીકે ઓળખાય છે.

- a. શિક્ષણ  
b. મીડિયા અને સંચાર  
c. ભૌતિક વિજ્ઞાન  
d. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ

Using scientific instruments to collect data on things like weight, blood pressure, or chemical composition is known as \_\_\_\_\_.

- a. Education  
b. Media and communication  
c. Physical sciences  
d. None of the above

9. સાંસ્કૃતિક ધોરણો અને વર્ણનો પરના ડેટા માટે ગ્રંથોના નમૂના (દા.ત. ભાષણો, લેખો અથવા સોશિયલ મીડિયા પોસ્ટ્સ) એકત્રિત કરવાને \_\_\_\_\_ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

- a. શિક્ષણ  
b. મીડિયા અને સંચાર  
c. ભૌતિક વિજ્ઞાન  
d. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ

Collecting a sample of texts (e.g. speeches, articles, or social media posts) for data on cultural norms and narratives is known \_\_\_\_\_.

- a. Education  
b. Media and communication  
c. Physical sciences  
d. None of the above

10. \_\_\_\_\_ એ ગ્રાહકોનો સમૂહ છે જેઓ કંપનીના ઉત્પાદનો ખરીદે છે.

- a. સંભવિત બજાર  
b. લક્ષ્ય બજાર  
c. ઉપલબ્ધ બજાર  
d. ઘૂસી બજારમાં

The \_\_\_\_\_ is the set of consumers who are buying the company's products.

- a. Potential market  
b. Target market  
c. Available market  
d. Penetrated market

11. \_\_\_\_\_ એ ઉપલબ્ધ લાયકાત ધરાવતા બજારનો એક ભાગ છે જેને કંપની અનુસરવાનું નક્કી કરે છે.

- a. લક્ષ્ય બજાર  
b. સંભવિત બજાર  
c. ઉપલબ્ધ બજાર  
d. ઘૂસી બજારમાં

The \_\_\_\_\_ is the part of the available qualified market the company decides to pursue.

- a. Target market  
b. Potential market  
c. Available market  
d. Penetrated market

12. \_\_\_\_\_ તરીકે ઓળખાતા કેટલાક આધાર વેચાણ કોઈપણ માંગ-ઉત્તેજક ખર્ચ વિના થાય છે.

- a. બજારની સંભાવના  
b. બજારની આગાહી  
c. બજાર ન્યૂનતમ  
d. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ

Some base sales called the \_\_\_\_\_ takes places without any demand-stimulating expenditure

- a. Market potential  
b. Market forecast  
c. Market minimum  
d. None of the above

13. ઉદ્યોગના માર્કેટિંગ ખર્ચના ઊંચા સ્તરોથી માંગનું ઊંચું સ્તર પ્રાપ્ત થશે, પ્રથમ \_\_\_\_\_ દરે અને પછી \_\_\_\_\_ દરે.

- a. વધતું ઘટતું  
b. ઘટતું, વધતું  
c. વધતી જતી, સમકક્ષ  
d. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ

Higher levels of industry marketing expenditures would yield higher levels of demand, first at \_\_\_\_\_ rate and then at \_\_\_\_\_ rate.

- a. An increasing, a decreasing  
b. A decreasing, an increasing  
c. An increasing, equivalent  
d. None of the above

14. માર્કેટિંગે સંસ્થા \_\_\_\_\_ સેવાઓ અને ઉત્પાદનોની શ્રેણી માટે વ્યૂહરચના વિકસાવવી જોઈએ.

- a. અંદર  
b. બહાર  
c. બંને એ અને બી  
d. ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ

Marketing must develop strategies for a range of services and products \_\_\_\_\_ the organization.

- a. Within  
b. Outside  
c. Both a & b  
d. None of the above

15. મૂલ્ય વિતરણ પ્રક્રિયા મુજબ

- માર્કેટિંગ પ્લાનિંગ પછી આવે છે
- માર્કેટિંગની કોઈ જરૂર નથી
- માર્કેટિંગ પ્લાનિંગની શરૂઆતમાં આવે છે
- ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ

As per the Value Delivery Process

- Marketing comes after planning
- There is no need for marketing
- Marketing comes at the beginning of planning
- None of the above.

**Q.2 ટૂંકમાં જવાબ આપો: (કોઈપણ ચાર)**

**8**

**Answer in brief: (Any Four)**

- વ્યૂહાત્મક નિયંત્રણનો અર્થ શું છે?  
What do you mean by strategic control?
- માર્કેટિંગ ઓડિટનો તમારો અર્થ શું છે?  
What do you mean by marketing audit?
- માર્કેટિંગ સંશોધનનો અર્થ શું છે?  
What do you mean by marketing Research?
- ડિમાન્ડ કન્સેપ્ટથી તમારો અર્થ શું છે?  
What do you mean by Demand concept?
- નમૂના દ્વારા તમારો અર્થ શું છે?  
What do you mean by sample?
- સર્વેક્ષણનો અર્થ શું છે?  
What do you mean by survey?
- ગુણાત્મક અને જથ્થાત્મક ડેટા વિશ્લેષણ દ્વારા તમારો અર્થ શું છે?  
What do you mean by qualitative and quantitative data analysis?
- ઇન્ટરવ્યુ દ્વારા તમારો અર્થ શું છે?  
What do you mean by interview?

**Q.3** માર્કેટિંગ પ્લાનિંગ અને માર્કેટિંગ ઓડિટના વિવિધ ઘટકો સમજાવો? **13**  
Explain the various components of marketing planning and marketing audit?

**અથવા**

**OR**

વેચાણની આગાહી વ્યાખ્યાયિત કરો? વેચાણની આગાહીને અસર કરતા વિવિધ પરિબલોની ચર્ચા કરો? **13**  
Define sales forecasting? Discuss the various factors affecting sales forecasting?

**Q.4** ટૂંકી નોંધો લખો : ( કોઈપણ બે) **8**  
Write short Notes: (Any Two)

1. સંશોધન ડિઝાઇનની લાક્ષણિકતાઓ?  
Characteristics of research design?
2. વેચાણની આગાહીની પ્રક્રિયા  
Process of sales forecasting
3. સંશોધન ડિઝાઇનના નિર્માણમાં સામેલ પગલાં.  
Steps involved in creation of research design.
4. માર્કેટિંગ આયોજન  
Marketing planning

**Q.5** વચ્ચે તફાવત કરો : ( કોઈપણ બે) **6**  
Differentiate between: (Any Two)

1. ગુણાત્મક અને માત્રાત્મક અભિગમ.  
Qualitative and quantitative approach.
2. સંભાવના અને બિન-સંભાવના નમૂના  
Probability and non- probability sampling?

3. પ્રશ્નાવલી અને ઇન્ટરવ્યુ.  
Questionnaire and interview.

4. વિશ્વસનીયતા અને માન્યતા  
Reliability and validity

\*\*\*\*\*