

2308000104051007 / 2008000104060004 / 2008000104050041

EXAMINATION FEBRUARY-MARCH 2024  
BACHELOR OF COMMERCE (FOURTH SEMESTER)  
MARKETING - III

[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  
(FOURTH SEMESTER)

b. Name of the Subject : MARKETING - III

c. Subject Code No : 2308000104051007 / 2008000104060004 /  
2008000104050041

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

SECTION I

Q.1

Choose right options from given options

15

1. નીચેનામાંથી કઈ વસ્તીવિષયક પરિબલનો ભાગ નથી જે ખરીદદાર વર્તણૂકને અસર કરે છે?

Which of the following is not a Part of Demographic factor Affecting Buyer Behaviour?

A) ઉંમર

Age

B) આવક

Income

C) વ્યવસાય

Occupation

D) વ્યક્તિત્વ

Personality

2. ખરીદ વર્તણૂક પ્રક્રિયાનું પગલું ચાર નીચેનામાંથી કયું છે?

Which of the following is Step four of Buying behavior Process?

A) સમસ્યા ઓળખ

Problem Identification

B) ખરીદીનો નિર્ણય (વર્તન)

Purchase Decision (Behavior)

C) માહિતી શોધ

Information Search

D) ખરીદી પછીનું વર્તન

Post-Purchase Behavior

3. ઓટોક્રેટિક મોડેલમાં, નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયામાં કર્મચારીઓ સામાન્ય રીતે કઈ ભૂમિકા ભજવે છે?

In the Autocratic Model, what role do employees typically play in the decision- making process?

- |  |                                      |
|--|--------------------------------------|
| A) સક્રિય સહભાગીઓ<br>Active participants | B) નિર્ણય લેનારાઓ<br>Decision-Makers |
| C) નિરીક્ષકો<br>Observers                | D) સલાહકારો<br>Consultants           |

4. કસ્ટોડિયલ મોડેલમાં કયા પ્રકારના સંદેશાવ્યવહારને પ્રોત્સાહિત કરવામાં આવે છે?

What type of communication is encouraged in the Custodial Model?

- |                        |                             |
|------------------------|-----------------------------|
| A) વર્તિકલ<br>Vertical | B) હોરીઝોન્ટલ<br>Horizontal |
| C) ઔપચારિક<br>Formal   | D) ડાયાગોનલ<br>Diagonal     |

5. સંગઠનાત્મક નીતિઓ વર્તનને કેવી રીતે અસર કરી શકે છે?

How can organizational policies affect behavior?

- A) વર્તન પર તેમની કોઈ અસર નથી  
They have no impact on behavior
- B) તેઓ નૈતિક આચાર માટે માર્ગદર્શિકા નક્કી કરે છે  
They set guidelines for ethical conduct
- C) તેઓ નોકરીનો સંતોષ ઘટાડે છે  
They reduce job satisfaction
- D) તેઓ ટીમવર્કને નિરાશ કરે છે  
They discourage teamwork

6. \_\_\_\_\_ ને એવા લોકોના જૂથ તરીકે કહેવામાં આવે છે જે સમાન જરૂરિયાતો અને ઇચ્છે છે શેર કરી રહ્યા છે.

\_\_\_\_\_ is called as group of People who are sharing similar needs and wants.

- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| A) સેગમેન્ટ<br>Segment      | B) લક્ષ્યીકરણ (ટાર્ગેટિંગ)<br>Targeting |
| C) પોઝિશનિંગ<br>Positioning | D) તેમાંના કોઈ નહીં<br>None of them     |

7. સાયકોગ્રાફિક સેગમેન્ટેશનનું પ્રાથમિક ધ્યાન શું છે?  
What is the primary focus of psychographic segmentation?
- A) ભૌગોલિક સ્થાન  
Geographic location
- B) જીવનશૈલી, રુચિઓ અને મૂલ્યો  
Lifestyle, interests, and values
- C) ઉંમર અને લિંગ  
Age and Gender
- D) આવકનું સ્તર  
Income levels
8. લક્ષ્ય માર્કેટિંગનો (ટાર્ગેટ માર્કેટિંગ) હેતુ શું છે?  
What is the purpose of target marketing?
- A) બધા સંભવિત ગ્રાહકો સુધી પહોંચવા માટે  
To reach all potential customers
- B) ગ્રાહકોના ચોક્કસ જૂથને માર્કેટિંગ પ્રયત્નોને અનુરૂપ બનાવવા  
To tailor marketing efforts to a specific group of customers
- C) ગ્રાહક પસંદગીઓને અવગણવા માટે  
To ignore customer preferences
- D) ઉત્પાદનની વિવિધતાને મર્યાદિત કરવા  
To limit product variety
9. એવી કઈ પ્રક્રિયા છે કે જેના દ્વારા વ્યક્તિઓ તેમની જરૂરિયાતોને સંતોષવા ઉત્પાદનો શોધે છે, ખરીદે છે અને તેનો ઉપયોગ કરે છે?  
What is the process through which individuals search, purchase and use products to satisfy their needs?
- A) માર્કેટિંગ સ્ટ્રેટેજી  
Marketing Strategy
- B) કન્ઝ્યુમર બાઇંગ બિહેવિયર  
Consumer Buying Behavior
- C) પ્રોડક્ટ ડેવલપમેન્ટ  
Product Development
- D) એડવર્ટાઇઝિંગ ઇફેક્ટિવનેસ  
Advertising Effectiveness
10. માસ્લોના હાયરાર્કી મુજબ, કઈ જરૂરિયાતોમાં આત્મસન્માન, આત્મવિશ્વાસ અને અન્યની માન્યતા શામેલ છે?  
According to Maslow's Hierarchy, which needs involve self-esteem, confidence, and the recognition of others?
- A) ફિઝિયોલોજિકલ નીડ  
Physiological needs
- B) લવ એન્ડ બિલોંગિંગનેસ નીડ  
Love and belongingness needs
- C) એસ્ટીમ નીડ  
Esteem needs
- D) સેફ્ટી નીડ  
Safety needs

11. ટેલેમાર્કેટિંગ શું છે?

What is telemarketing?

- |   |   |
|---|---|
| A) ઈમેલ માર્કેટિંગ<br>Email marketing                 | B) ફોન બેઝડ માર્કેટિંગ<br>Phone-based marketing |
| C) સોશિયલ મીડિયા માર્કેટિંગ<br>Social media marketing | D) પ્રિન્ટ માર્કેટિંગ<br>Print marketing        |

12. બી 2 બી માર્કેટિંગનું સંપૂર્ણ સ્વરૂપ શું છે?

What is the full form of B2B Marketing?

- |   |   |
|---|---|
| A) બિઝનેસ ટુ બિઝનેસ<br>Business to Business | B) બેક ટુ બેક<br>Back to Back           |
| C) બાય ટુ બીલ્ડ<br>Buy to Build             | D) બિઝનેસ ટુ બિલ્ડ<br>Business to Build |

13. માર્કેટિંગમાં બી 2 સી શું છે?

What does B2C stand for in marketing?

- |  |   |
|--|---|
| A) બિઝનેસ ટુ કન્ઝ્યુમર<br>Business-to-Consumer | B) બેક ટુ કન્ઝ્યુમર<br>Back to Consumer |
| C) બાય ટુ કોર્પોરેટ<br>Buy to Consumer         | D) કોઈપણ નહીં<br>None of them           |

14. રિલેશનશિપ માર્કેટિંગનું પ્રાથમિક ધ્યાન શું છે?

What is the primary focus of relationship marketing?

- |  |  |
|--|--|
| A) ટૂંકા ગાળાના નફો મહત્<br>Maximizing short-term profits  |  |
| B) લાંબા ગાળાના ગ્રાહક સંબંધોનું નિર્માણ અને જાળવણી<br>Building and maintaining long-term customer relationships |  |
| C) સામૂહિક જાહેરાત દ્વારા બજારની પહોંચને વિસ્તૃત કરવી<br>Expanding market reach through mass advertising         |  |
| D) એક સમયના વ્યવહારોને પ્રોત્સાહ<br>Encouraging one-time transactions  |  |

15. સહાયક મોડેલમાં નિર્ણય લેવાનો કેવી રીતે સંપર્ક કરવામાં આવે છે?

How is decision-making approached in the Supportive Model?

A) કેન્દ્રીકૃત નિર્ણય લેવો

Centralized decision-making

B) હાયરાર્કીકલ નિર્ણય લેવો

Hierarchical decision-making

C) કર્મચારી સહકાર સાથે વિકેન્દ્રિત નિર્ણય લેવો

Decentralized decision-making with employee involvement

D) વ્યક્તિગત નિર્ણય લેવો

Individual decision-making

## SECTION II

Q.2 સંક્ષિપ્તમાં જવાબો લખો (કોઈ પણ ચાર)

8

a) ઓર્ગેનાઈઝેશન બિહેવિયર (સંગઠન વર્તન) વ્યાખ્યાયિત કરો

Define Organization Behavior

b) બાયિંગ બિહેવિયર (બાયિંગ બિહેવિયર) ખરીદી વર્તન વ્યાખ્યાયિત કરો

Define Buying behavior

c) ખરીદીના વર્તનને અસર કરતા પરિબલોની યાદી બનાવો

List down factors affecting Buying behavior

d) સંસ્થાના વર્તણૂકના કોલેજીયલ મોડેલ દ્વારા તમારો અર્થ શું છે

What do you mean by Collegial model of Organization behavior

e) રિલેશનશિપ માર્કેટિંગની પ્રક્રિયાની યાદી બનાવો

List down Process of Relationship Marketing

f) માર્કેટ સેગમેન્ટના ઉપયોગોની યાદી બનાવો

List down uses of Market Segment

g) ગ્રીન માર્કેટિંગ વ્યાખ્યાયિત કરો

Define Green Marketing

h) મોબાઇલ માર્કેટિંગ વ્યાખ્યાયિત કરો

Define Mobile Marketing

**Q.3** બજાર સેગમેન્ટ માટે વિવિધ આધાર વિગતવાર સમજાવો **13**  
Explain Various Basis for Market Segment in detail

**અથવા**

**OR**

**Q3** ખરીદીના વર્તનને અસર કરતા વિવિધ પરિબલોને વિગતવાર સમજાવો **13**  
Explain Various factors affecting Buying behavior in detail

**Q.4 A] ટૂંકી નોંધો લખો (કોઈપણ બે)** **8**  
**Write Short Note( Any Two)**

- a) વિવિધ ખરીદીના હેતુઓ સમજાવો  
Explain various Buying Motives
- b) સંગઠનાત્મક વર્તનનું સહાયક મોડેલ  
Supportive Model of Organizational behavior
- c) રિલેશનશિપ માર્કેટિંગ  
Relationship Marketing
- d) બી ટુ- બી અને બી-ટુ -સી માર્કેટિંગ સમજાવો  
Explain B-2-B and B-2-C Marketing

**Q.4 B] કારણો આપો (કોઈપણ એક)** **6**  
**Give Reasons (Any One)**

- a) શા માટે ખરીદદાર વર્તન અને ગ્રાહક વર્તન એકબીજાથી અલગ છે?  
Why Buyer Behavior and Consumer behavior are different from each other?
- b) શા માટે ડિજિટલ માર્કેટિંગ ભારતમાં વૃદ્ધિનો તબક્કો છે?  
Why Digital Marketing is at a growth stage in India?

\*\*\*\*\*