

2308000104051008
EXAMINATION FEBRUARY-MARCH 2024
BACHELOR OF COMMERCE (FOURTH SEMESTER)
MARKETING – IV LEVEL 5

[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 – IV LEVEL 5**
- c. Subject Code No : **2308000104051008**

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 નીચેનામાં જવાબ આપો:

15

Answer in the following

- 1) આમાંથી કયું પ્રમોશનનું તત્વ નથી?
 - a) વેચાણ પ્રોત્સાહન
 - b) વ્યક્તિગત વેચાણ
 - c) જાહેરાત
 - d) જાહેર નેટવર્કિંગ

Which of these is not an element of promotion?

- a) Sales Promotion
- b) Personal Selling
- c) Advertising
- d) Public Networking

- 2) નીચેનામાંથી કયું વ્યક્તિગત વેચાણનું યોગ્ય લક્ષણ છે?

- a) એક થી એક સંપર્ક
- b) પરોક્ષ સંચાર
- c) આયોજન
- d) ઝડપી વેચાણ

Which of the following is a correct feature of personal selling?

- a) One to one contact
- b) Indirect communication
- c) Planning
- d) Quick Sales

_____advertising may be formative, persuasive or reminder oriented in character.

- a) Institutional b) Product
c) Consumer d) Local

10) _____ વેચાણની શૈલીઓ જ્યાં વેચાણ પ્રતિનિધિ ખૂબ ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે અને એકમાત્ર હેતુ વેચાણ કરવાનો છે.

- a) આક્રમક b) સલાહકાર
c) જરૂર લક્ષી d) ઉત્પાદન લક્ષી

_____selling styles where the sales representative stays highly Focused and the only intention is to sell.

- a) Aggressive b) Consultative
c) Need oriented d) Product oriented

11) વ્યવસાય ખરીદવાની પ્રક્રિયામાં, જે ઉત્પાદનનો ઉપયોગ કરે છે તેને કહેવામાં આવે છે

- a) વપરાશકર્તા
b) પ્રભાવક
c) નિર્ણાયક અને ગેટકીપર
d) ખરીદનાર

In business buying process, one who uses product is called

- a) User
b) Influencer
c) Decider and gatekeeper
d) Buyer

12) વ્યવસાય ખરીદવાની પ્રક્રિયામાં, સપ્લાયર્સને મંજૂરી આપવાની અનૌપચારિક અથવા ઔપચારિક શક્તિ ધરાવતા જૂથને કયા નામ દ્વારા વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે

- a) વપરાશકર્તા
b) પ્રભાવક
c) નિર્ણાયક અને ગેટકીપર
d) ખરીદનાર

In business buying process, group having informal or formal power of Approving suppliers is classified as

- a) User

- b) Influencer
- c) Decider And Gatekeeperd)
- d) buyer

13) કયા રાજ્યમાં વજન અને માપના નિયમો, 1977 લાગુ પડતા નથી?

- a) જમ્મુ અને કાશ્મીર
- b) લક્ષદ્વીપ
- c) આંદામાન અને નિકોબાર
- d) ઉપર્યુક્તમાંથી કોઈ નહિ

In which of the state Standards of Weights & Measures Rules, 1977 is not applicable?

- a) J&K
- b) Lakshadweep
- c) Andaman & Nicobar
- d) None of the above

14) તમે ઓફિસ ફોટોકોપિયર માટે બજારને કેવી રીતે વર્ગીકૃત કરી શકો છો?

- a) B2C
- b) B2B
- c) C2C
- d) C2B

How might you categorise the market for office photocopiers?

- a).B2C
- b) B2B
- c) C2C
- d) C2B

15) 'માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન્સ' વૈકલ્પિક શબ્દ શું છે?

- a) પ્રમોશન
- b) ઈ-મેલ
- c) વેચાણ ચર્ચા
- d) કિંમત યાદી

What is 'marketing communications' an alternative term for?

- a) Promotion
- b) E-mail
- c) Sales talk
- d) Price lists

Q.2 ટૂંકમાં જવાબ આપો (કોઈપણ ચાર)

8

Answer in short (any four)

1) પ્રમોશન શું છે?

What is promotion?

2) પ્રચારાત્મક મિશ્રણના ઘટકો જણાવો.

State the elements of promotional mix.

- 3) ચાર વિવિધ પ્રકારની જાહેરાતોની યાદી બનાવો.
List four different types of Advertising.
- 4) B2B અને B2C વચ્ચેના બે તફાવત આપો.
Give two differences between B2B and B2C.
- 5) સંભાવના કોને કહેવાય છે?
Who are prospects?
- 6) ગ્રાહકની જાળવણી સમજાવો.
Explain customer retention
- 7) જાહેરાતની વ્યાખ્યા આપો.
Give the definition of Advertising
- 8) B2B માર્કેટની વ્યાખ્યા આપો.
Give the definition of B2B market

Q.3 યોગ્ય ઉદાહરણો સાથે વિવિધ પ્રમોશનલ પદ્ધતિઓની વિગતવાર ચર્ચા કરો. **13**
Discuss the various promotional methods in detail with suitable examples.

અથવા
OR

ગ્રાહકો અને સમાજને જાહેરાતના ફાયદાઓની વિગતવાર ચર્ચા કરો.
Discuss the benefits of Advertising to customers and society in detail.

Q.4 (a) આના પર ટૂંકી નોંધ લખો: (કોઈપણ બે) **8**
Write Short note on: (Any two)

- a) પેક્ડ કોમોડિટી નિયમો 1977
Packed commodities rules 1977
- b) વ્યક્તિગત વેચાણ
Personal selling
- c) જાહેરાતના પ્રકાર
Types of advertising

d) ગ્રાહક સંપાદન
Customer acquisition

Q.4 (b) કેસ સ્ટડી ઉકેલો.

6

છેલ્લાં કેટલાંક વર્ષોથી ટીનેજરો અને યુવાનોમાં મીડિયાની આદતોમાં ફેરફાર જોવા મળી રહ્યો છે. એક દાયકા પહેલાં ટેલિવિઝન એ મનોરંજનનું સૌથી વધુ સાધન માનવામાં આવતું હતું, પરંતુ ટ્વિટર, ફેસબુક, ઇન્સ્ટાગ્રામ વગેરે જેવા વિવિધ સોશિયલ મીડિયાના પ્રવેશથી તમામ મીડિયાનો વપરાશ બદલાઈ ગયો છે. આટલું જ નથી, 2015 થી ભારતીયોને મોબાઇલ એપ્લિકેશન માટે સૌથી વધુ એક્સપ્લોર કરવામાં આવ્યા છે, હવે ટેલિવિઝન અને કમ્પ્યુટર આધારિત ઇન્ટરનેટ ખૂબ જૂનું લાગે છે.

ભારતીયોની આ બદલાતી મીડિયા ટેવમાં, માર્કેટર્સને તેમની બ્રાન્ડને પ્રમોટ કરવા માટે કેવી રીતે સૂચન કરવું?

Solve the case study:

From past few years there is change seen in media habits within teenagers and youngsters. Before a decade television was the most considered entertainment tool, but with the entry of different social media like twitter, Facebook, Instagram etc. has changed the media consumption of all. This isn't the end, Indians are been most explored to the mobile application since 2015, now television and computer based internet seem too outdated.

In this changing media habits of Indians, how to do suggest marketers to promote their brands?
