

2308000106051007 / 2008000106060004 / 2008000106050041

EXAMINATION FEBRUARY-MARCH 2024  
BACHELOR OF COMMERCE (SIXTH SEMESTER)  
MARKETING MANAGEMENT - VII

[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  
(SIXTH SEMESTER)**

b. Name of the Subject : **MARKETING MANAGEMENT - VII**

c. Subject Code No : **2308000106051007 / 2008000106060004 /  
2008000106050041**

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 બહુવિધ પસંદગીના પ્રશ્નો.

15

Multiple choice questions.

1. સરળ શબ્દોમાં કહીએ તો, \_\_\_ એ વિવિધ દેશો વચ્ચે માલ અને સેવાઓનો વેપાર છે.

In simple words, \_\_\_\_\_ is trading of goods and services among different countries.

1) સ્થાનિક બજાર

Domestic market

2) વૈશ્વિક બજાર.

Global market.

3) આંતરરાષ્ટ્રીય બજાર

International market

4) વિદેશી બજાર.

Foreign market.

2. ગ્રાહકોની માંગણીઓ, પસંદગીઓ, પસંદગીઓ અને રુચિઓમાં વધતા ફેરફાર સાથે, અર્થતંત્રો વિસ્તરી રહ્યા છે અને વધુ -----માર્કેટિંગનો માર્ગ આપી રહ્યા છે.

With the increasing change in customers' demands, choices, preferences and tastes, the economies are expanding and giving way to more \_\_\_ marketing.

1) ઔદ્યોગિક

Industrial

2) કૃષિ

Agricultural.

3) સ્પર્ધાત્મક.

Competitive.

4) ઉપભોક્તા.

Consumer.

3. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગમાં સંચાલન માત્ર \_\_\_\_\_ને ઉત્તેજિત કરતું નથી પરંતુ રાષ્ટ્રની સ્થાનિક અર્થવ્યવસ્થા પર પણ તેની અસર પડે છે.

Operating in the international marketing not only stimulates the \_\_\_\_\_ on thebut also has the impact domestic economy of the nation.

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| 1) સ્થાનિક બજાર<br>Domestic market      | 2) વૈશ્વિક બજાર.<br>Global market.   |
| 3) ઔદ્યોગિક બજાર.<br>Industrial market. | 4) ઉપભોક્તા બજાર.<br>Consumer market |

4. કોઈપણ માર્કેટર માટે આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ વાતાવરણમાં આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ મિશ્રણને અસર કરતા ઘણા પરિબલો હોય છે.

International marketing environment for any marketer consists of many forces affecting international marketing mix.

- |   |                                     |
|---|-------------------------------------|
| 1) આંતરિક,<br>Internal,                         | 2) ઘરેલું,<br>Domestic,             |
| 3) વૈશ્વિક માર્કેટિંગ<br>Global marketing       | 4) ઉપરોક્ત તમામ<br>All of the above |
| 5) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં.<br>None of the above. |                                     |

5. માર્કેટિંગ વાતાવરણમાં પણ \_\_\_\_\_ જેવા વૈશ્વિક પરિબલોનો સમાવેશ થાય છે.

Marketing environment also consist of global factors like\_\_\_\_\_.

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| 1) રાજકીય<br>Political                          | 2) કાનૂની.<br>Legal.                  |
| 3) આર્થિક.<br>Economic.                         | 4) ઉપરોક્ત તમામ.<br>All of the above. |
| 5) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં.<br>None of the above. |                                       |

6."સામાજિક માર્કેટિંગ માર્કેટિંગના અન્ય ક્ષેત્રોથી માત્ર -----અને તેની સંસ્થાના ઉદ્દેશ્યોના સંદર્ભમાં અલગ પડે છે.

"Social Marketing differs from other areas of marketing only with respect to the objectives of the\_\_\_\_\_ and his or her organisation.

- |                              |                           |
|------------------------------|---------------------------|
| 1) ખરીદદારો<br>Buyers.       | 2) વિક્રેતાઓ.<br>Sellers. |
| 3) માર્કેટર્સ.<br>Marketers. | 4) ગ્રાહકો.<br>Customers. |

7. સામાજિક માર્કેટિંગ સામાજિક વર્તણૂકોને પ્રભાવિત કરવાનો પ્રયાસ કરે છે જેથી માર્કેટરને ફાયદો ન થાય, પરંતુ \_\_\_\_\_ અને સામાન્ય સમાજને ફાયદો થાય.

Social Marketing seeks to influence social behaviours not to benefit the marketer, but to benefit the \_\_\_\_\_ and the general society.

- |                         |  |
|-------------------------|--|
| 1) ગ્રાહક.<br>Customer. | 2) લક્ષ્ય પ્રેક્ષકો<br>Target audience |
| 3) ખરીદદારો<br>Buyers   | 4) વિક્રેતાઓ.<br>Sellers               |

8. સામાજિક રીતે જવાબદાર માર્કેટિંગમાં સામેલ સંસ્થા અથવા જૂથના \_\_\_\_\_ ઉદ્દેશ્યો હોય છે, અને દરેક ઉદ્દેશ્ય સમાન મહત્વ ધરાવે છે.

An organisation or group involved in socially responsible marketing has objectives, and each of the objectives is of equal importance.

- |                       |                 |
|-----------------------|-----------------|
| 1) એક<br>One          | 2) બે<br>Two    |
| 3) બહુવિધ<br>Multiple | 4) થોડા<br>Few. |

9. સામાન્ય રીતે, જો વિતરણ ચેનલમાં વધુ મધ્યસ્થી સામેલ હોય, તો સારી મે \_\_\_\_\_ માટે કિંમત.

Generally, if there are more intermediaries involved in the distribution channel, the price for a good may \_\_\_\_\_.

- |                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| 1) ઘટાડો<br>Decrease | 2) વધારો.<br>Increase |
| 3) પડવું<br>Fall     | 4) ઉંચું.<br>Rise.    |

10. ચેનલો માર્કેટ ઇન્ટેલિજન્સ અને બજારમાંથી એકત્ર કરાયેલી અન્ય માહિતી પૂરી પાડે છે, માટે \_\_\_\_\_.

Channels provide market intelligence and other information gathered from the market, to the \_\_\_\_\_.

- |                         |                            |
|-------------------------|----------------------------|
| 1) ખરીદનાર<br>Buyer     | 2) વિક્રેતા<br>Seller      |
| 3) ઉપભોક્તા<br>Consumer | 4) ઉત્પાદક<br>Manufacturer |

11. તેઓ ઉત્પાદન વિશે પ્રેરક સંદેશાવ્યવહાર વિકસાવે છે અને ફેલાવે છે.

They develop and spread persuasive communications about a product to-

- |                       |                            |
|-----------------------|----------------------------|
| 1) ખરીદનાર<br>Buyer   | 2) વિક્રેતા<br>Seller      |
| 3) ગ્રાહક<br>Customer | 4) ઉત્પાદક<br>Manufacturer |

12. કોઈપણ ઉત્પાદક અર્થશાસ્ત્ર નો સંપર્ક કરી શકતો નથી

No manufacturer can economically contact all the \_\_\_\_\_?

- |                        |                            |
|------------------------|----------------------------|
| 1) ખરીદનાર<br>buyer    | 2) વિક્રેતા<br>Seller      |
| 3) ગ્રાહક<br>Customers | 4) ઉત્પાદક<br>Manufacturer |

13. માટે બજાર માટે યુદ્ધ ગરમ થઈ રહ્યું છે

The battle for the market is heating up for

- |   |   |
|---|---|
| 1) કન્ઝ્યુમર ડ્યુરેબલ્સ,<br>Consumer durables   | 2) ફાસ્ટ મૂવિંગ કન્ઝ્યુમર ગુડ્સ<br>(FMCGs)<br>Fast moving consumer<br>goods (FMCGs) |
| 3) સેવા ઉદ્યોગ.<br>Service industry.            | 4) ઉપરોક્ત તમામ<br>All of the above.  |
| 5) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં.<br>None of the above. |   |

14. તીવ્ર સ્પર્ધાત્મક બજારમાં સફળ રહેવા માટે, \_\_\_\_\_ એ સતત તેમની સ્પર્ધાને ઓળખવી, વિશ્લેષણ કરવું અને સમજવું પડશે.

In order to remain successful in fiercely competitive market, \_\_\_\_\_ have to constantly identify, analyse and understand their competition.

- |                            |                          |
|----------------------------|--------------------------|
| 1) માર્કેટર્સ<br>Marketers | 2) ખરીદદારો<br>Buyers    |
| 3) વિક્રેતાઓ<br>Sellers    | 4) ઉપભોક્તા<br>Consumers |

15. \_\_\_\_\_ એ બજારમાં સ્પર્ધાના અનેક પાયા છે.

Are several bases of competition in the market?

- |   |   |
|---|---|
| 1) ગ્રાહક અભિગમ<br>Customer orientation | 2) માર્કેટિંગ ઓરિએન્ટેશન<br>Marketing orientation |
| 3) તે બંને.<br>Both of them.            | 4) તેમાંથી કોઈ નહીં.<br>None of them              |

**Q.2 ટૂંકમાં જવાબ આપો: કોઈપણ ચાર)**

**8**

**Answer in brief: Any four)**

1. જબરદસ્તી શક્તિનો અર્થ શું છે?

What do you mean by coercive power?

2. વધારાના સામાજિક માર્કેટિંગ "P" ની સૂચિ બનાવો.

List out additional social marketing "P" s.

3. ઝીરો લેવલ ચેનલનો અર્થ શું છે.

What do you mean by Zero level channel?

4. આંતરરાષ્ટ્રીય બજારને અનુકૂળ એવા કોઈપણ ત્રણ સંગઠનાત્મક માળખાની યાદી આપો?

List out any three organizational structures which suit international market?

5. ઇન્ટરનેશનલ માર્કેટિંગ નિર્ણયથી તમારો શું મતલબ છે?

What do you mean by international marketing Decision?

6. ઇન્ટરનેશનલ માર્કેટનો અર્થ શું છે?

What do you mean by International market?

7. ડોમેસ્ટિક માર્કેટથી તમારો મતલબ શું છે?

What do you mean by Domestic market?

8. માર્કેટ લીડર દ્વારા તમારો અર્થ શું છે?

What do you mean by market leader?

**Q.3** આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં પ્રવેશ લેતી વખતે કયા જુદા જુદા નિર્ણયો લેવાના છે? **13**  
What are the different decisions to be taken while taking an entry into international market?

**અથવા**  
**OR**

સામાજિક માર્કેટિંગ માટે માર્કેટિંગ મિશ્રણ સમજાવો?  
Explain the marketing mix for social marketing?

**Q.4** ટૂંકી નોંધ લખો (કોઈપણ બે) **6**  
Write short notes ( Any Two)

1. ગ્રાહક અભિગમ  
Customer orientation
2. માર્કેટ લીડર  
Market leader
3. સંસાધન આધારિત સ્પર્ધા  
Resource based competition.
4. સામાજિક માર્કેટિંગ મહત્વ  
Social marketing importance.

**Q.5** ટૂંકી નોંધો લખો: (કોઈપણ બે) **8**  
Write short Notes: (Any Two)

1. લાંબા ગાળાના આંતરિક લાંબા ગાળાના આકર્ષણને નિર્ધારિત કરતી પાંચ દળો.  
Five forces determining long term intrinsic long term attractiveness.
2. મુખ્ય યોગ્યતા અને તેની શરતો  
Core competence and its conditions
3. આંતરરાષ્ટ્રીય જાહેરાત સ્થાનિક માર્કેટિંગ વચ્ચેનો તફાવત  
Difference between international ad domestic marketing
4. સામાજિક માર્કેટિંગ પ્રક્રિયા  
Social marketing process

\*\*\*\*\*