


RAN-2508000605020005

T. Y. B. Com. (NCF-NEP) (Sem. - V) Examination October - 2025
Major - Marketing - New (Paper - V)

Time: 2 Hours]
[Total Marks: 50
સૂચના : / Instructions

- (1) ઉપરોક્ત દશવિલ વિગતો ઉત્તરવહી પર અવશ્ય લખવી.
 Fill up strictly the above details on your answer book.

Seat No.:

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

Student's Signature

પ્ર. 1. નીચેના પ્રશ્નોના ટૂંકમાં જવાબ આપો. (કોઈપણ પાંચ)

(10)

1. વૈદિક માર્કેટિંગની વ્યાખ્યા આપો.
2. સારા માર્કેટિંગ રિસર્ચની બે વિશેષતાઓ જણાવો.
3. એક્સપ્લોરેટરી રિસર્ચ ડિઝાઈન શું છે?
4. ડેટા સંગ્રહમાં બે નૈતિક મુદ્દાઓ જણાવો.
5. હાઈપોથિસીસ ટેસ્ટિંગ શું છે?
6. માર્કેટિંગ ઓડિટની વ્યાખ્યા આપો.
7. સેકન્ડરી ડેટાના બે ઉદાહરણ આપો.

પ્ર. 2. અ. માર્કેટિંગ રિસર્ચની ભૂમિકા અને હેતુ સમજાવો.

(07)

બ. માર્કેટિંગ રિસર્ચની પ્રક્રિયા સમજાવો.

(07)

અથવા

પ્ર. 2. માર્કેટિંગ રિસર્ચનું વ્યાપ અને મહત્વ સમજાવો.

(14)

પ્ર. 3. પ્રોબેબિલિટી અને નોન-પ્રોબેબિલિટી સેમ્પલિંગ પદ્ધતિઓ સમજાવો.

(14)

અથવા

પ્ર. 3. અ. ડેટા સંગ્રહની પદ્ધતિ તરીકે ફોકસ ગ્રુપ ચર્ચા સમજાવો.

(07)

બ. માર્કેટિંગ સંશોધનમાં વૈદિક માર્કેટિંગનો પ્રભાવ.

(07)

પ્ર. 4. ટૂંકનોંધ લખો (કોઈપણ બે)

(12)

1. રિસર્ચ ડિઝાઈનના લક્ષણો
2. માર્કેટિંગ પ્લાનિંગના પગલાં
3. ડિસ્ક્રિપ્ટિવ રિસર્ચ ડિઝાઈનના ફાયદા અને મર્યાદાઓ ચર્ચાવો
4. સ્ટ્રેટેજિક અને ઓપરેશનલ કંટ્રોલ

ENGLISH VERSION

Q. 1. Write short answer to the following questions (Any Five)

(10)

1. Define Vedic marketing.

2. State two characteristics of good marketing research.
3. What is exploratory research design?
4. Mention any two ethical issues in data collection.
5. What is meant by hypothesis testing?
6. Define Marketing Audit.
7. Give any two examples of secondary data sources.

- Q. 2.** **a.** Explain the role and objectives of marketing research. **(07)**
 b. Describe the process of marketing research. **(07)**

OR

- Q. 2.** Write a detailed note on scope and importance of marketing research. **(14)**

- Q. 3.** Write a detailed note on probability and non-probability sampling methods. **(14)**

OR

- Q. 3.** **a.** Explain focus group discussion as a method of data collection. **(07)**
 b. Impact of Vedic marketing in marketing research. **(07)**

- Q. 4.** **Short Notes (Any Two)** **(12)**

1. Characteristics of Research Design
2. Steps in Marketing Planning
3. Advantages and limitations of descriptive research design
4. Strategic and Operational Control
