

RAN-2108002203050041
T.Y.B.Com. (External) Examination March - 2026
Marketing - III
સૂચના : / Instructions

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

Seat No.:

Student's Signature

પ્ર. 1. ટૂંકમાં જવાબ લખો :
20

1. વૈદિક માર્કેટિંગ સિસ્ટમ શું છે?
2. માર્કેટિંગ સંશોધનમાં વૈદિક મૂલ્યોને એકીકૃત કરવાના બે ફાયદા જણાવો.
3. કારણ સંશોધન શું છે?
4. ગૌણ માહિતીને વ્યાખ્યાયિત કરો.
5. ડેટા સફાઈ શું છે?
6. માર્કેટિંગ ઓડિટ વ્યાખ્યાયિત કરો.
7. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ પર્યાવરણ શું છે?
8. મલ્ટી ચેનલ માર્કેટિંગ શું છે?
9. સ્પર્ધાત્મક ગેરલાભની વ્યાખ્યા આપો.
10. ટ્રેડ-ઓરિએન્ટેડ સેલ્સ પ્રમોશન શું છે?

પ્ર. 2. માર્કેટિંગ સંશોધન અને વૈદિક માર્કેટિંગ પ્રણાલીઓ વચ્ચેનો સંબંધ સમજાવો. આધુનિક સંશોધન પદ્ધતિઓમાં વૈદિક માર્કેટિંગની અસરની ચર્ચા કરો.
16
અથવા
પ્ર. 2. રિસર્ચ ડિઝાઈનને વ્યાખ્યાયિત કરો. સંશોધન રચનાના પ્રકારો સમજાવો : ઉદાહરણો સાથે સંશોધનાત્મક, વર્ણનાત્મક અને કાર્યકારણ સંશોધન.
પ્ર. 3. ડેટા પ્રોસેસિંગ અને ડેટા અર્થઘટન સમજાવો. કેન્દ્રીય વલણના પગલાં અને વિખેરણને પગલાંની ચર્ચા કરો.
16
અથવા
પ્ર. 3. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગની પ્રકૃતિ, અવકાશ અને નિર્ણયના પરિબલોની ચર્ચા કરો. ભારતીય વૈદિક માર્કેટિંગ પ્રણાલી અને આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ વચ્ચેના સંબંધને યોગ્ય ઉદાહરણ સાથે સમજાવો.
પ્ર. 4. સ્પર્ધાના પાયા અને પોર્ટરના સ્પર્ધાત્મક દળોના નમૂનાની ચર્ચા કરો.
16
અથવા
પ્ર. 4. સામાજિક માર્કેટિંગને વ્યાખ્યાયિત કરો, તેની ઉત્ક્રાંતિ અને ઉભરતી વિભાવનાઓ સમજાવો. સામાજિક માર્કેટિંગ અને વૈદિક માર્કેટિંગ વચ્ચેના સંબંધની ચર્ચા કરો.
પ્ર. 5. સ્પર્ધાત્મક વિશ્લેષણ સમજાવો. સ્પર્ધકોને ઓળખવા અને વિશ્લેષણ કરવાની પદ્ધતિઓની ચર્ચા કરો.
16
અથવા
પ્ર. 5. ચેનલમાં ફેરફારની ચર્ચા કરો. મુખ્ય ચેનલ વિકલ્પોના નિર્ણયો અને મૂલ્યાંકનની ચર્ચા કરો.

- પ્ર. 6. ટૂંકી નોંધો લખો (કોઈપણ બે) 16
1. માહિતી સંગ્રહમાં નૈતિક મુદ્દાઓ
 2. સ્ટ્રક્ચર અને અન સ્ટ્રક્ચર્ડ પ્રશ્નાવલિ
 3. મલ્ટિચેનલ માર્કેટિંગ સિસ્ટમ સંકલન
 4. સ્નોબોલ નમૂના

ENGLISH VERSION

- Q. 1 Answer in brief :** 20
1. What is Vedic Marketing System?
 2. State two benefits of integrating Vedic values in marketing research.
 3. What is Causal Research?
 4. Define Secondary Data.
 5. What is Data Cleaning?
 6. Define Marketing Audit.
 7. What is International Marketing Environment?
 8. What is Multichannel Marketing?
 9. Define Competitive Disadvantage.
 10. What is Trade-Oriented Sales Promotion?
- Q. 2.** Explain the relationship between Marketing Research and Vedic Marketing Systems. Discuss the impact of Vedic marketing in modern research practices. 16
- OR**
- Define Research Design. Explain types of research design: exploratory, descriptive and causal research with examples.
- Q. 3.** Explain Data Processing and Data Interpretation. Discuss measures of central tendency and measures of dispersion. 16
- OR**
- Discuss the nature, scope and decision factors of International Marketing. Explain the relationship between Indian Vedic Marketing System and International Marketing with suitable example (Ayurveda industry).
- Q. 4.** Discuss the bases of competition and Porter's competitive forces model. 16
- OR**
- Q. 4.** Define Social Marketing. Explain its evolution and emerging concepts. Discuss the relationship between Social Marketing and Vedic Marketing.
- Q. 5.** Explain Competitive Analysis. Discuss methods of identifying and analysing competitors. 16
- OR**
- Q. 5.** Discuss Channel Modification Decisions and evaluation of major channel alternatives.
- Q. 6. Short Notes (Attempt Any Two)** 16
1. Ethical Issues in Data Collection
 2. Structured vs. Unstructured Questionnaires
 3. Multichannel Marketing System Integration
 4. Snowball Sampling