

RAN-2508000605040008
T.Y.B.Com. (NCF-NEP) (Sem.- V) Examination March - 2026
Marketing (Paper- V) Minor
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. ટૂંકા જવાબ પ્રશ્નો (કોઈપણ પાંચ)
(10)

1. માર્કેટિંગ ઓડિટ વ્યાખ્યાયિત કરો.
2. ડેટાના કેટલા પ્રકાર છે? તેમના નામ આપો.
3. માર્કેટિંગ સંશોધનનો અર્થ શું છે?
4. અવલોકન પદ્ધતિની કોઈપણ બે મર્યાદાઓનો ઉલ્લેખ કરો.
5. બ્રાન્ડ ઓડિટનો અર્થ શું છે?
6. સંશોધનમાં પ્રયોગના બે ફાયદા જણાવો.
7. પ્રાથમિક ડેટા એકત્રિત કરવાની કોઈપણ બે રીતો આપો.

પ્ર.2 (a) માર્કેટિંગ સંશોધનની ભૂમિકા અને ઉદ્દેશ્યો સમજાવો.
(7)
(b) માર્કેટિંગ સંશોધનમાં વૈદિક માર્કેટિંગનો પ્રભાવ.
(7)
અથવા
પ્ર.2. માર્કેટિંગ સંશોધન અને વૈદિક માર્કેટિંગ વચ્ચેના સંબંધની ચર્ચા કરો. વ્યવહારમાં તેઓ એકબીજાને કેવી રીતે પૂરક બનાવી શકે છે?
(14)
પ્ર.3. કેઝ્યુઅલ સંશોધનને વ્યાખ્યાયિત કરો. માર્કેટિંગ સંશોધન ડિઝાઇનના વિવિધ ઘટકોની ચર્ચા કરો.
(14)
અથવા
પ્ર.3. (a) ડેટા સંગ્રહની પદ્ધતિ તરીકે ફોકસ ગ્રુપ ચર્ચા સમજાવો.
(7)
(b) માર્કેટિંગ સંશોધનની પ્રક્રિયાનું વર્ણન કરો.
(7)
પ્ર.4. ટૂંકી નોંધો (કોઈપણ બે)
(12)

1. સંશોધન ડિઝાઇનમાં વૈદિક માર્કેટિંગ સિસ્ટમ્સની ઉપયોગીતા.
2. માર્કેટિંગ આયોજનમાં પગલાં
3. વર્ણનાત્મક સંશોધન ડિઝાઇનના ફાયદા અને મર્યાદાઓ
4. સરકારી અહેવાલો અને પ્રકાશનો

ENGLISH VERSION

Q.1. Short Answer Questions (Any Five) (10)

1. Define Marketing Audit.
2. How many types of data are there, Name them ?
3. What do you mean by marketing research?
4. Mention any two limitations of Observation Method.
5. What is meant by Brand Audit?
6. State two advantages of Experimentation in Research.
7. Give any two ways to collect primary data.

Q.2 (a) Explain the role and objectives of marketing research. (7)

(b) Impact of Vedic marketing in marketing research. (7)

OR

Q.2. Discuss the relationship between marketing research and Vedic marketing. How can they complement each other in practice? (14)

Q.3. Define casual research? Discuss the various elements of marketing research design. (14)

OR

Q.3. (a) Explain focus group discussion as a method of data collection. (7)

(b) Describe the process of marketing research. (7)

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

1. Usefulness of Vedic Marketing Systems in Research Design.
 2. Steps in Marketing Planning
 3. Advantages and limitations of descriptive research design
 4. Government Reports and Publications .
-