

RAN-2408000604030007
S.Y.B.Com. (Sem. IV) Examination April - 2026
Marketing - 3 (Minor)
Time: 2 Hours]
[Total Marks: 50

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 આપો (ગમે તે પાંચ) (10)
- ગ્રીન માર્કેટિંગ એટલે શું?
 - B2C માર્કેટિંગનો ખ્યાલ સમજાવો.
 - બજાર વિભાગીકરણની જરૂરિયાતો સમજાવો.
 - ખરીદલેતુની સમજ આપો.
 - ગ્રાહકનો ખ્યાલ આપો.
 - વિભાજન વ્યાખ્યાયિત કરો.
 - સંસ્થાકીય ખરીદી વર્તન વ્યાખ્યાયિત કરો.
- પ્ર. 2. ખરીદીના વિવિધ લેતુઓ ઉદાહરણ સાથે સમજાવો. (14)
- અથવા
- અ. સંગઠનાત્મક વર્તણૂંકના કોઈપણ બે મોડેલ સમજાવો. (07)
- બ. ખરીદી નિર્ણય પ્રક્રિયા વિગતવાર સમજાવો. (07)
- પ્ર. 3. બજાર વિભાગીકરણના આધારો જણાવી ગમે તે ત્રણ આધારો સમજાવો. (14)
- અથવા
- અ. લક્ષ્યીકરણ વ્યાખ્યાયિત કરો અને વિવિધ પ્રકારના લક્ષ્યીકરણ સમજાવો. (07)
- બ. વિભાજનના ફાયદા સમજાવો. (07)
- પ્ર. 4. ટૂંક નોંધ લખો (ગમે તે ત્રણ) (12)
- ડીજિટલ માર્કેટિંગ
 - ખરીદનાર વર્તન અને ગ્રાહક વર્તન વચ્ચેનો તફાવત
 - ખરીદ લેતુઓ
 - બજાર વિભાજનના ઉપયોગો
 - ટેલી માર્કેટિંગ

ENGLISH VERSION

- Q. 1. Answer in Brief (Any Five):** (10)
1. What is meant by Green Marketing?
 2. Define concept of B2C Marketing.
 3. State the requirements of Market Segmentation.
 4. Explain the concept of Buying motive.
 5. Explain the concept of consumer.
 6. Define Segmentation.
 7. Define Organisational Buying Behaviour.
- Q. 2. Explain with illustration various buying motives.** (14)
- OR**
- a. Explain any Two models of organizational behavior. (07)
 - b. Explain Buying decision process in detail. (07)
- Q. 3. State the bases of market segmentation. Explain any Three of them.** (14)
- OR**
- a. Define targeting and explain various types of targeting. (07)
 - b. Explain benefits of segmentation. (07)
- Q. 4. Write Short Notes (Any Three):** (12)
1. Digital Marketing
 2. Difference between buyer behaviour - and consumer behaviour
 3. Buying Motives
 4. Uses of market segmentation
 5. Tele Marketing
-