Paper Code : 3805

MCom Sem – III New Course
JUL/SEP – 2021
Advance Marketing Management

કુલ સમય : ૬૦ મીનીટ **કુલ પ્રશ્નો : ૫૦** **વિદ્યાર્થીએ ટીક કરવાના પ્રશ્નો : ૩૫**

નોંધ : વિદ્યાર્થીએ માત્ર ૩૫ પ્રશ્નો જ ટીક કરવાના રહેશે. જો વધારે ટીક કરેલ હશે તો પ્રથમ ૩૫ પ્રશ્નો જ ગણતરીમાં લેવામાં આવશે.

---

1. નીચેના પૈકી કયા પરિબળનો સમાવેશ માર્કેટીંગના બાહ્ય પરીબળમા થતો નથી
(A) માલ પુરો પાડનારા (B) માલ મેળવનાર (C) ટેક્નોલોજી (D) સંગ્રહ વ્યવસ્થા
2. પ્રાકૃતીક પર્યાવરણમા નિચેના પૈકી કયા પરિબળનો સમાવેશ થતો નથી
(A) પાણી (B) ખનિજ સંપતિ (C) જંગલ સંપતિ (D) ધન સંપતિ
3. નિચેના પૈકી કયા પરિબળનો સમાવેશ સામજિક પર્યાવરણમા થાય છે.
(A) તહેવરો - પ્રસંગો (B) માથાદિઠ આવક (C) સરકારની નીતિ (D) કૃષિ પેદાશો
4. માર્કેટિંગ મિશ્રના ઘટકોમા નિચેના પૈકી કોનો સમાવેશ થતો નથી
(A) પેદાશ (B) પેકિંગ (C) કિંમત (D) અભિવૃધી
5. વ્યૂહાત્મક માર્કેટિંગ પ્રક્રિયામાં નિચેના પૈકી કઈ બાબતનો સમાવેશ થતો નથી
(A) બજાર તકોનુ વિસ્લેષણ (B) લક્ષ્ય બજારની પસંદગી (C) સેલ્સમેનોને તાલીમ (D) માર્કેટિંગ મિશ્રનો વિકાસ
6. પેદાશ સ્થાન નિર્ધારણ એટલે?
(A) શૉ કેસમાં પેદાશ ની ગોઠ્વણી (B) સંગ્રહ વિભાગમાં પેદાશ નુ સ્થાન
(C) હરીફ પેદાશોના સંદર્ભ મા પેદાશ નુ સ્થાન (D) પેદાશ માટે ચોક્કસ જગ્યા
7. માર્કેટીંગ મિશ્રની વ્યૂહરચનાને નિચેના પૈકી કયુ પરિબળ અસર કરતું નથી
(A) પેદાશ જીવનચક્ર (B) કર્મચારીઓને તાલીમ (C) કીંમત નિર્ધારણ (D) કંપની ની ક્ષમતાઓ
8. બજાર અભિવૃધીમાં કયો ખ્યાલ રહેલો છે
(A) વેચાણ વધારવુ (B) નફો વધારવો (C) બજાર વિસ્તાર વધારવો (D) જાહેરતો વધારવી
9. નીચેના પૈકી કઈ બાબત બજાર અભિવૃધીનું મહત્વ દર્શાવતી નથી
(A) બજાર ઉપર કાબુ વધે (B) પેદાશ જીવનચક્ર લંબાય (C) ધંધાની સ્થિરતા વધે (D) સરકારી સગવડો વધે
10. નીચેના પૈકી કઈ પેદાશ નાશવંત પેદાશ નથી
(A) કાચ (B) શેમ્પૂ (C) અગરબત્તી (D) પીણાઓ
11. નીચેના પૈકી કઈ પેદાશ સેવાલક્ષી પેદાશ ગણાય
(A) સાબુ (B) સમારકામ (C) મિણબત્તી (D) મોટરકાર
12. નીચેના પૈકી કઈ સામગ્રી ઉત્પાદન માટેનો મૂડી ખર્ચ ગણાય છે
(A) યંત્ર ની ગોઠ્વણી (B) કાચોમાલ (C) વીજળી (D) પેટ્રોલ
13. નીચેના પૈકી કઈ બાબત પેદાશ સરળીકરણ સાથે સુસંગત છે?
(A) ઉપયોગીતામાં વધારો (B) ગુણવત્તા માં વધારો (C) હરીફાઈ માં વધારો (D) કિંમતમાં વધારો
14. નીચેના પૈકી કઈ બાબતની વિચારણા પેદાશ શ્રેણીમાં થતી નથી
(A) પેદાશ મિશ્ર (B) પેદાશનુ પેકીંગ (C) પેદાશનુ ઉંડાણ (D) પેદાશ સુસંગતતા
15. નીચેના પૈકી કયુ કારણ પેદાશ શ્રેણી માટે જવાબદાર નથી
(A) હરીફ પેદાશો (B) પૂરક પેદાશો (C) ગ્રાહકોનું સ્થળાંતર (D) સમાન ઉપયોગ
16. નીચેના પૈકી કયુ કારણ પેદાશ શ્રેણીની લંબાઈ માટે જવાબદાર નથી?
(A) ઉત્પાદન શક્તિ (B) પેદાશનું સ્વરૂપ (C) બજાર માંગ (D) આંતરમાળખુ
17. વર્તમાન પેદાશ શ્રેણીમાં ગ્રાહકોની અપેક્ષા પ્રમાણે કોની નવી સુસંગત પેદાશ દાખલ કરવામાં આવે તેને શુ કહેવાય?
(A) પેદાશ શ્રેણી આધુનિકરણ (B) પેદાશ શ્રેણી પુરાણ (C) પેદાશ ઉંડાણ (D) પેદાશ સરળીકરણ
18. ઉત્પાદન થયેલી પેદાશ ને વપરાશકાર સુધી પહોંચડવાના કાર્ય ને શુ કહે છે.
(A) વાહનવ્યવહાર (B) માર્કેટીંગ ચેનલ (C) માર્કેટીંગ હેરફેર (D) પેદાશ અભિવૃધી
19. નીચેના પૈકી કયો લાભ મધ્યસ્થીઓ દ્વારા ઉત્પાદકને મળતો નથી
(A) બજાર વિભાજનમાં મદદ (B) કિંમત નિર્ધારણમાં મદદ (C) માંગ પુરવઠા વચ્ચે સંકલન (D) માલનુ અસરકારક વિતરણ
20. નીચેના પૈકી કયો લાભ મધ્યસ્થીઓ દ્વારા ગ્રાહકો ને મળતો નથી
(A) વિશાળ પસંદગીનો અવકાશ (B) નુકશાનનુ વળતર (C) વેચાણ પછીની સેવઓ (D) ખરીદી અંગે માર્ગદર્શન
21. નીચેના પૈકી કયુ પરીબળ વિતરણ કડી ને અસર કરતુ નથી
(A) ગ્રહકો ની સંખ્યા (B) ઉત્પાદકની સંગ્રહશક્તિ (C) સંશોધન પ્રવૃત્તી (D) ગ્રાહકોની ફેશન
22. નાશવંત પેદશો ને વધુ વિતરણ માટે નીચેના પૈકી કઈ વિતરણ કડી વધૂ યોગ્ય ગણાય
(A) જથ્થાબંધ વેપારી (B) જથ્થાબંધ- છૂટક વેપારી (C) એજન્ટો - છૂટક વેપારી (D) પ્રત્યક્ષ વિતરણ
23. નિચેના પૈકી કઈ બાબતની વિચારણા વિતરણ કડીની પસંદગી વખતે થતી નથી
(A) ગ્રાહકો (B) પેદાશો (C) યંત્ર સામગ્રી (D) મધ્યસ્થીઓ
24. વીતરણ કડીના મૂલ્યાંકન વખતે નિચેના પૈકી કયુ ધોરણ ધ્યાનમા લેવાતુ નથી
(A) અભ્યાસનું ધોરણ (B) નફાનું ધોરણ (C) અંકુશ નું ધોરણ (D) પરિવર્તનશીલતા
25. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ માટે નીચેના પૈકી કયું પરિબળ જવાબદાર નથી
(A) ભૌગોલિક વિવિધતા (B) વસ્તી માં વધારો (C) વિશિષ્ટીકરણ નો લાભ (D) કરવેરાનો લાભ
26. રાષ્ટ્રીય અને આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ માં નીચેના પૈકી કઈ બાબતમાં ભિન્નતા જોવા મળે છે
(A) ચલણ (B) ભાષા (C) તોલમાપ (D) ઉપરના તમામ

27. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગના આર્થિક પર્યાવરણ માં નીચેના પૈકી કઈ બાબતનો સમાવેશ થતો નથી
(A) દેશની આર્થિક સ્થિતિ (B) દેશની આર્થિક નીતિ (C) દેશના લોકોની ફેશન (D) દેશની આર્થિક પધ્ધતિ
28. દેશની આર્થિક નીતિમાં નીચેના પૈકી કોનો સમાવેશ થતો નથી
(A) આયાત નિકાસ નીતિ (B) શિક્ષણ નીતિ (C) વિનિમય દર નીતિ (D) કાયદા અમલીકરણ નીતિ
29. આતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ ના કાયદાકીય પર્યાવરણ માં નીચેના પૈકી કોનો સમાવેશ થતો નથી
(A) વિદેશી હૂંડિયામણ ધારો (B) જકાત ધારો (C) કંપની ધારો (D) ગુમાસ્તા ધારો
30. કોઈપણ દેશની સંસ્કૃતિ જાણવા માટે નીચેના પૈકી કયું પરિબળ ધ્યાનમાં લેવાતું નથી
(A) રહેણી કહેણી (B) વ્યવહાર વર્તન (C) શિક્ષણ ટેક્નોલોજી (D) રિવાજો
31. કરાર દ્વારા આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં પ્રવેશવા માટે નીચેના પૈકી કઈ મિલકત માટે બે દેશો કરાર કરે છે
(A) ટેક્નોલોજી (B) કાચોમાલ (C) તૈયાર માલ (D) યંત્ર સામગ્રી
32. ફ્રેન્ચાઈઝી દ્વારા આંતરરાષ્ટ્રીય બજારમાં પ્રવેશવાથી મુખ્ય કયો લાભ મળે
(A) માલની ગુણવત્તા નો લાભ (B) વધુ ડિસ્કાઉન્ટ નો લાભ (C) બ્રાન્ડના ઉપયોગ નો લાભ (D) પેકીંગ નો લાભ
33. નિકાશલક્ષી માર્કેટિંગ માટે _____પરિબળ જવાબદાર નથી
(A) કરવેરા લાભ (B) વસ્તીમાં વધારો (C) ભૌગોલિક વિવિધતા (D) વિશિસ્ટિકરણ
34. નિકાશલક્ષી માર્કેટિંગમા_____ બાબતે ભિન્નતા જોવા મળેછે.
(A) ચલણ (B) ભાષા (C) તોલમાપ (D) તમામ
35. વિદેશી કંપનીઓ સાથે ઉત્પાદન અથવા બજાર ઉત્પાદનો અને સેવાઓ માટે___ કહેવાય:
(A) .સીધી નિકાસ. (B) .પરોક્ષ નિકાસ. (C) .પરવાનો . (D) .સંયુક્ત સાહસ
36. વિદેશી બજારમાં શામેલ થવાની સૌથી મોટી કયા દ્વારા થાય છે.
(A).નિકાસ કરી (B) .સંયુક્ત સાહસ (C) .પરવાનો (D) .સીધો રોકાણ
37. જે સાથીની રસીદના બદલામાં ઈશ્યૂ કરે છે અને માલ મોકલનાર તે શિપિંગ કંપનીને સુપરત કરે છે ?
(A) વે બિલ (B) ક્રેડિટ બાદમાં (C) ઉતરાણ બિલ (D) સંયુક્ત પરિવહન દસ્તાવેજ
38. વિદેશી ગ્રાહકોની લાક્ષણિકતાઓના આધારે સ્થાપિત વ્યવસાયિક સંગઠન,
(A) કાર્યલક્ષી સંસ્થા (B) ઉત્પાદન લક્ષી સંસ્થા (C) આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ ગ્રાહક સંસ્થા (D) ઉપરોક્ત તમામ
39 વૈશ્વિકરણ_____ થી સંદર્ભ આપે છે:
(A).વિશ્વભરમાં ઓછી આવક (B).વિદેશી વેપાર અને રોકાણ ઓછું
(C) ગ્લોબલ વોર્મિંગ અને તેની અસરો (D) એવધુ સંકલિત અને પરસ્પર આધારિત દુનિયા
40._____ વૈશ્વિક માર્કેટિંગ ને નિયંત્રિતપરિબળોમાં છે
(A) સરકારની નીતિ અને કાયદો (B) સામાજિક અને તકનીકી ફેરફારો. (C) માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિઓ અને યોજનાઓ. (D) ઉપરોક્ત તમામ.
41. આઈબીઆરડી (આંતરરાષ્ટ્રીય બેંક માટે પુનર્નિર્માણ અને વિકાસ) _____માટે જાણીતું છે
(A) એક્ઝિમ બેંક (B).દુનિયાબેંક (C) અંતરરાષ્ટ્રીય નાણાંકીય ભંડોળ (D) આંતરરાષ્ટ્રીય બેંક
42 .સૌથી વધુ આંતરરાષ્ટ્રીય વેપારમાં ભાવના ભેદભાવનું સ્વરૂપ છે
(A)નોનટેરિફ અવરોધો. (B).સ્વૈચ્છિક નિકાસ નિયંત્રણો. (C) ડમ્પિંગ. (D) પસંદગીની વેપાર વ્યવસ્થા
43.આંતરરાષ્ટ્રીયમાર્કેટિંગના એ પરિમાણો શામેલ છે
(A) ઘરેલું માર્કેટિંગ (B).વિદેશી માર્કેટિંગ (C) આંતરરાષ્ટ્રીય વેપાર (D).બધા
44. એક શાખા અને પેટાકંપની છે
(A) એકબીજાથી ભિન્ન (B) એકબીજાની જેમ (C) બધા (D).કંઈ નહીં
45. DEPB નો અર્થ થાયછે ?
(A) ફરજ ઉમેદવારી પાસ બુક (B) નિકાસ ચુકવણીની પદ્ધતિ (C) થાપણ નિકાસ પગાર બિલ યોજના (D) ફરજ મુક્તિ બંદરની બાઉન્ડ્રી
46. આંતરરાષ્ટ્રીય એર ટ્રાન્સપોર્ટ એસોસિયેશન (આઈએટીએ) પરિભાષા અનુસાર, એર બિલ કેટલા સેટ જારી કરવામાં આવે છે?
(A) 14 સેટ (B) 12 સેટ (C) 13 સેટ (D) 11 સેટ
47 માલ મોકલનાર તે શિપિંગ કંપનીને સુપરત કરે છે જે સાથીની રસીદના બદલામાં ઈશ્યૂ કરે છે?
(A) વે બિલ (B) ક્રેડિટ બાદમાં (C) ઉતરાણ બિલ (D) સંયુક્ત પરિવહન દસ્તાવેજ
48 વિદેશી ગ્રાહકોની લાક્ષણિકતાઓના આધારે સ્થાપિત વ્યવસાયિક સંગઠન,
(A) કાર્યલક્ષી સંસ્થા (B) ઉત્પાદન લક્ષી સંસ્થા (C) આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ ગ્રાહક સંસ્થા (D) ઉપરોક્ત તમામ
49. નીચેનામાંથી કયું માર્કેટ સેગમેન્ટ તરફની અને વૈકલ્પિક માર્કેટ વ્યૂહરચના નથી
(A) અસ્પષ્ટ માર્કેટિંગ સ્ટ્રેટેજી (B) ડિફરન્ટ માર્કેટિંગ સ્ટ્રેટેજી (C) ધ્યાન કેન્દ્રિત માર્કેટિંગ (D) આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ સ્ટ્રેટેજી
50. આંતરરાષ્ટ્રીય માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના સામાન્ય રીતે કયા ધોરણે બજારનું વિતરણ થાય છે?
(A) વસ્તી વિષયક આધાર (B) આર્થિક આધાર (C) ભૌગોલિક આધાર (D) બહુવિધ પરિબળો
