

Enrollment No./Seat No.:

GUJARAT TECHNOLOGICAL UNIVERSITY
DIPLOMA IN ENGINEERING - SEMESTER - III EXAMINATION -
WINTER 2025

Subject Code: DI03016011

Date: 04-12-2025

Subject Name: Digital Marketing

Time: 10:30 AM TO 01:00 PM

Total Marks: 70

Instructions:

- 1. Attempt all questions.**
- 2. Make Suitable assumptions wherever necessary.**
- 3. Figures to the right indicate full marks.**
- 4. Use of simple calculators and non-programmable scientific calculators are permitted.**
- 5. English version is authentic.**

| | Marks |
|--|--------------|
| Q.1 (a) What is digital marketing? List any two current trends in digital marketing. | 03 |
| (અ) ડિજિટલ માર્કટિંગમાં કારકિર્દી બનાવવા માટે વ્યક્તિ પાસે કઈ વિશીષ ફુશળતા હોવી જોઈએ? | 03 |
| (b) How does digital marketing differ from traditional marketing in terms of approach and customer engagement? | 04 |
| (બ) અભિગમ અને ગ્રાહક જોડાણાની દ્રષ્ટિઓ ડિજિટલ માર્કટિંગ પરંપરાગત માર્કટિંગથી કેવી રીતે અલગ છે? | 08 |
| (c) Develop a short SEO strategy for a local shoe repair business, including at least three on-page and three off-page tactics | 07 |
| (ક) સ્થાનિક જૂતા રિપેરિંગ (shoe repair) વ્યવસાય માટે, ઓછામાં ઓછી ત્રણ ઓન-પેજ અને ત્રણ ઓફ-પેજ ચુક્તિઓ સાથે એક ઢંકી SEO વ્યૂહરચના વિકસાવો. | 09 |

OR

| | |
|--|----|
| (c) A new local bakery, "Sweet Delights," has launched a website. Recommend a detailed keyword strategy and create one compelling Meta Description and Title Tag for their "Custom Cakes" page. | 07 |
| (ક) "Sweet Delights" નામની એક નવી સ્થાનિક બેકરીએ વેબસાઇટ શરૂ કરી છે. તેમના "Custom Cakes" પેજ માટે વિગતવાર કીવર્ડ વ્યૂહરચના ની ભલામણ કરો અને એક આકર્ષક મેટા ડિસ્ક્રિપ્શન (Meta Description) અને ટાઇટલ ટેગ (Title Tag) બનાવો. | 09 |
| Q.2 (a) Define Zero-click searches. Why are they significant in SEO? | 03 |
| (અ) અનો-ક્લિક સર્ચ ની વ્યાખ્યા આપો. SEO માં તેમનું મહત્વ શું છે? | 03 |
| (b) Differentiate between White Hat and Black Hat SEO with a relevant example for each. | 04 |

- (બુ) દરેકના સંબંધિત ઉદાહરણ સાથે વાઇર હેટ અને બ્લેક હેટ SEO વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો. ૦૪
- (ચ) Explain how search engines work. Discuss the key factors that influence how content is ranked. ૦૭
- (ક) સર્ચ એન્જિન કેવી રીતે કાર્ય કરે છે તે સમજાવો. કન્ટેન્ટને રેન્ક કરવામાં અસર કરતા મુખ્ય પરિબળોની ચર્ચા કરો. ૦૭

OR

- (ા) Explain the P.O.E.M. framework with suitable examples of each component. ૦૩
- (બુ) P.O.E.M. ફેમવર્ક સમજાવો અને દરેક ઘટકનાં યોગ્ય ઉદાહરણો આપો. ૦૩
- (બ) Analyze how mobile-friendliness and page speed influence SEO ranking. ૦૪
- (બુ) મોબાઇલ-ફેન્ડલીનેસ અને પેજ સ્પીડ SEO રેન્કિંગને કેવી રીતે પ્રભાવિત કરે છે તેનું વિશ્લેષણ કરો. ૦૪
- (ચ) You have a newly launched blog. Outline the steps you would take to improve its SEO ranking organically (without paid ads). ૦૭
- (ક) તમે એક નવો બ્લોગ શરૂ કર્યો છો. તેની SEO રેન્કિંગ ઓર્ગાનિકલી (પેઇડ જાહેરાતો વિના) સુધારવા માટે તમે જે પગલાં વેશો તેની રૂપરેખા આપો. ૦૭

- Q.3** (ા) Define and explain the metric Unique Visitors ૦૩
- (બુ) યુનિક વિઝિટર્સ મેટ્રિક્સની વ્યાખ્યા આપીને સમજાવો. ૦૩
- (બ) Differentiate between weblogs and page tagging as methods of data collection. ૦૪
- (બુ) ડેટા કલેક્શનની પદ્ધતિઓ તરીકે વેબલોગ અને પેજ ટેગિંગ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો. ૦૪
- (ચ) Explain A/B testing. How does it differ from multivariate testing in web optimization? ૦૭
- (ક) A/B ટેસ્ટિંગ સમજાવો. વેખ ઓપ્રિમાઇઝનમાં તે મલ્ટિવેરિયેટ ટેસ્ટિંગથી કેવી રીતે અલગ છે? ૦૭

OR

- (ા) Define and explain the metrics: Pages/Visit and New Visits. ૦૩
- (બુ) પેજુસ/વિઝિટ (Pages/Visit) અને ન્યૂ વિઝિટ્સ (New Visits) મેટ્રિક્સની વ્યાખ્યા આપીને સમજાવો. ૦૩
- (બ) What is Google Tag Manager? How does it simplify the analytics setup process? ૦૪
- (બુ) ગૂગલ ટેગ મેનેજર શું છે? તે એનાલિટિક્સ સેટઅપ પ્રક્રિયાને કેવી રીતે સરળ બનાવે છે? ૦૪
- (ચ) Compare the Linear and Time-Decay multi-touch attribution models with suitable examples for each. ૦૭
- (ક) લિનિયર અને ટાઇમ-ડિક્રેસિન્સ મલ્ટિ-ટાચ એટ્રિબ્યુશન મોડેલ્સની તુલના દરેક માટે યોગ્ય ઉદાહરણો સાથે કરો. ૦૭

- Q.4** (a) Define the term "conversion rate." Why is it an important metric in web analytics? **03**
- (અ) "કન્વર્શન રેટ" ની વ્યાખ્યા આપો. વેબ એનાલિટિક્સમાં તે શા માટે એક મહત્વપૂર્ણ મેટ્રિક છે? **03**
- (b) List the different types of Meta (Facebook/Instagram) ads and briefly describe two of their use cases **04**
- (અ) મેટા (ફેસબુક/ઇન્સ્ટાગ્રામ) જાહેરાતોના વિવિધ પ્રકારોની ચાદી બનાવો અને તેમના ઉપયોગના બે કેસ (use cases) નું સંક્ષિમમાં વર્ણન કરો. **04**
- (c) Choose any brand and describe how it can use video marketing to promote a new product/service, outlining at least two specific video formats. **07**
- (કૃ) કોઈપણ એક બ્રાન્ડ પસંદ કરો અને તે કેવી રીતે વિડિયો માર્કિટિંગનો ઉપયોગ કરીને નવા ઉત્પાદન/સેવાને પ્રમોટ કરી શકે છે, તેનું વર્ણન કરો, જેમાં ઓછામાં ઓછા બે ચોક્કસ વિડિયો ફોર્મેટની રૂપરેખા આપો. **09**

OR

- (a) What are promoted tweets, promoted accounts, and promoted trends on Twitter? **03**
- (અ) Twitter પર પ્રમોટેડ ફ્લીટ્સ, પ્રમોટેડ એકાઉન્ટ્સ, અને પ્રમોટેડ ટ્રેન્ડ્સ શું છે? **03**
- (b) In what ways does video content enhance engagement on social platforms? **04**
- (અ) વિડિયો કન્ટેન્ટ કઈ રીતે સોશિયલ પ્લેટફોર્મ પર જોડાણને (engagement) વધારે શું? **04**
- (c) Imagine you are launching a sustainable clothing line. Develop a social media marketing strategy outline including platform choice and specific content ideas for your target audience. **07**
- (કૃ) કલ્યાણ કરો કે તમે ટકાઉ કપડાની લાઇન (sustainable clothing line) શરૂ કરી રહ્યા છો. તમારા લક્ષ્ય પ્રેક્ષકો (target audience) માટે પ્લેટફોર્મની પસંદગી અને ચોક્કસ સામગ્રીના વિચારો સહિત સોશિયલ મીડિયા માર્કિટિંગ વ્યૂહરચનાની રૂપરેખા તૈયાર કરો. **09**

- Q.5** (a) Differentiate between promotional and transactional emails with an example of each. **03**
- (અ) દરેકના ઉદાહરણ સાથે પ્રમોશનલ અને ટ્રાન્ઝેક્શનલ ઇમેઇલ્સ વચ્ચેનો તફાવત સમજાવો **03**
- (b) What metrics are used to measure the success of email campaigns? **04**
- (અ) ઇમેલ ઝુંબેશની સફળતાને માપવા માટે કયા મેટ્રિક્સનો ઉપયોગ થાય છે? **04**
- (c) Create a simple SEM strategy for a local restaurant, specifying the campaign type (e.g., Search or Local Ads), target keywords, and a compelling ad copy mockup. **07**
- (કૃ) સ્થાનિક રેસ્ટોરન્ટ માટે એક સરળ SEM વ્યૂહરચના બનાવો, જેમાં ઝુંબેશનો પ્રકાર (દા.ત., Search અથવા Local Ads), લક્ષ્ય કીવર્ડ્સ (target keywords), અને આકર્ષક જાહેરાત કોપી (ad copy mockup) નો ઉલ્લેખ કરો. **09**

OR

- (a) Define Return on Ad Spend (ROAS) and explain how it helps in campaign decision-making **03**
- (b) Differentiate between SEO and SEM using real-world examples. **04**
- (બિ) વાસ્તવિક-વિશ્લના ઉદાહરણોનો ઉપયોગ કરીને SEO અને SEM વચ્ચેની તફાવત સમજાવો. **08**
- (c) Explain the importance of Ad Extensions in Google Ads. Describe and provide an example for any three types of ad extensions **07**
- (ક્રિ) Google Ads માં જાહેરાત એક્સ્ટેન્શન્સ (Ad Extensions) નું મહત્વ સમજાવો. કોઈપણ ત્રણ પ્રકારના જાહેરાત એક્સ્ટેન્શન્સનું વર્ણન કરો અને ઉદાહરણ આપો. **09**
