

[Time: 2½ Hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:**
1. All questions are **compulsory**.
 2. **Figures** to the **right** indicate **full marks**.

- Q.1 Answer any two of the following. 15
- a) Define Marketing. Explain features of Marketing.
 - b) Explain the evolution of Marketing Concepts.
 - c) What is Social Marketing? Explain its importance.
- Q.2 Answer any two of the following. 15
- a) Define Marketing Information System. What are the components of Marketing Information System?
 - b) What is the meaning of Consumer Behaviour? Explain consumer buying decision process.
 - c) What is Product Positioning? Explain the various strategies for Product Positioning.
- Q.3 Answer any two of the following. 15
- a) What is Marketing Mix? What are the various areas of Product Decisions?
 - b) What is Brand Equity? Discuss the factors influencing Brand Equity.
 - c) What is the meaning of Pricing? Explain the significance of Pricing.
- Q.4 Answer any two of the following. 15
- a) What is Physical Distribution? Describe recent trends in distribution.
 - b) Define Advertising. Explain features of Advertising.
 - c) What is Direct Marketing? Explain different forms of Direct Marketing.
- Q.5 A) Fill in the blanks by choosing appropriate options given below. 05
- i) _____ gives a distinct identity to a product.
 - a) Branding
 - b) Research
 - c) Pricing
 - d) None of them
 - ii) _____ Marketing refers to the process of selling products or services based on their environmental benefits.
 - a) Green
 - b) Event
 - c) Social
 - d) All of them
 - iii) _____ is authentic and credible information.
 - a) Primary
 - b) Secondary
 - c) Rural
 - d) Urban
 - iv) During _____ stage product is launched in the market.
 - a) Introduction
 - b) Growth
 - c) Maturity
 - d) Decline
 - v) _____ are short term incentives to stimulate demand for a product.
 - a) Sales Promotion
 - b) Selling
 - c) Marketing
 - d) Advertising

B) State whether the following statements are true or false

05

- i) Exchange is the essence of Marketing.
- ii) Viral Marketing is traditional form of Marketing.
- iii) Consumer Behaviour is predictable.
- iv) Packing acts as a silent salesman.
- v) Publicity is paid form of communication.

C) Match the followings.

05

Group A

Group B

- 1) Marketing Research
- 2) Digital Marketing
- 3) Event Marketing
- 4) Geographic Segmentation
- 5) Labelling

- a) On urban, rural basis
- b) Survey Method
- c) Product Life Cycle
- d) Email
- e) Sponsorship
- f) Printed information on the product
- g) Distribution Channels

[Time: 2½ Hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

N.B: सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहेत.

उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

मूळ इंग्रजी प्रश्न प्रमाण मानावेत.

प्र.१ खालील पैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा.

१५

अ) विपणन या संज्ञेची व्याख्या देवून त्याची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

ब) विपणन संकल्पना म्हणजे काय हे सांगून त्याच्या विकासाच्या अवस्था स्पष्ट करा.

क) सामाजिक विपणन म्हणजे काय? सामाजिक विपणनाचे महत्व स्पष्ट करा.

प्र.२ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१५

अ) विपणन माहिती पद्धती (MIS) या संज्ञेची व्याख्या सांगून त्याचे घटक स्पष्ट करा.

ब) “ग्राहक वर्तन” अर्थ सांगून, खरेदी निर्णय प्रक्रिया स्पष्ट करा.

क) “वस्तू प्रतिमा” संकल्पना स्पष्ट करून वस्तू प्रतिमेचे विविध डावपेच (strategies) स्पष्ट करा.

प्र.३ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१५

अ) विपणन मिश्र म्हणजे काय? वस्तू संदर्भात वस्तू निर्णयाची विविध क्षेत्रे कोणती?

ब) मुद्रा इक्विटी (Brand equity) चा अर्थ सांगून मुद्रा इक्विटीवर परिणाम करणारे घटक कोणते?

क) किंमत ठरविणे याचा अर्थ सांगून त्याचे महत्व स्पष्ट करा.

प्र.४ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१५

अ) भौतिक वितरण म्हणजे काय हे सांगून भौतिक वितरणातील अलीकडील बदल स्पष्ट करा.

ब) जाहिरात म्हणजे काय हे स्पष्ट करून जाहिरातीचे वैशिष्ट्ये लिहा.

क) ‘प्रत्यक्ष विपणन’ म्हणजे काय? प्रत्यक्ष विपणनाचे विविध प्रकार लिहा.

प्र.५ अ) योग्य पर्याय निवडून रिकामी जागा भरा.

०५

i) _____ हे वस्तूंस विशिष्ट अस्तित्व/ ओळख प्रदान करते

अ) मुद्रांकन

ब) संशोधन

क) किंमत

ड) यापैकी एकही नाही.

ii) पर्यावरण हिताच्या दृष्टीने अवलंबिलेल्या वस्तू / सेवा यांच्या विक्रय प्रक्रियेस _____ विपणन असे म्हणतात.

अ) हरित

ब) घटना

क) सामाजिक

ड) वरीलपैकी सर्व

- iii) _____ सामुग्री / तथ्य हि विश्वासहार्य व अचूक असते.
 अ) प्राथमिक
 ब) दुय्यम
 क) ग्रामीण
 ड) शहरी
- iv) _____ अवस्थेत उत्पादन बाजारात आणले जाते.
 अ) प्रारंभावस्था
 ब) वाढ
 क) परिपक्व
 ड) ऱ्हास
- v) उत्पादनाची मागणी वाढविण्याकरिता _____ हे अल्पकालीन प्रेरके आहेत.
 अ) विक्रय वृद्धी
 ब) विक्री
 क) विपणन
 ड) जाहिरात
- ब) खालील विधाने खरे / खोटे ते लिहा. ०५
- i) विनिमय हा विपणनाचा आत्मा आहे.
 ii) व्हायरल विपणन (viral marketing) हा विपणनाचा पारंपारिक प्रकार आहे.
 iii) ग्राहक वर्तनाचा अंदाज बांधता येतो.
 iv) वेष्टन हे एक प्रकारे मूक विक्रेत्यांचे कार्य करते.
 v) 'प्रसिद्धी' (publicity) संज्ञापनाकरीता किंमत मोजावी लागते.
- क) जोड्या लावा. ०५
- | “अ” गट | “ब” गट |
|----------------------|---------------------------|
| १) विपणना संशोधन | अ) शहरी, ग्रामीण आधारार |
| २) डिजिटल विपणन | ब) सर्वेक्षण |
| ३) घटना विपणन | क) वस्तू जीवन चक्र |
| ४) भौगोलिक विभागीकरण | ड) इ- मेल |
| ५) खुण चिह्नी | ई) प्रयोजकता |
| | फ) वस्तू बदल छापील माहिती |
| | ग) वितरण साखळी |