

Duration 2 ½ Hrs.

Total marks 75

- N.B. 1. All Questions are Compulsory.
2. All Questions carry equal marks.

Q.1 Answer any two of the following.

(15)

- Define Marketing. Explain the features of Marketing.
- What is Social Marketing? Explain its significance.
- Explain the challenges before marketing managers in changing Business Environment.

Q.2 Answer any two of the following.

(15)

- Define Marketing Research. Explain its features.
- Define the term Consumer Behaviour. Explain the factors affecting Consumer Behaviour.
- What is Product Positioning? Bring out its importance.

Q.3 Answer any two of the following.

(15)

- What is Marketing Mix? Explain the components of Marketing Mix.
- What is Brand Equity? Explain the factors influencing Brand Equity.
- Define Pricing. Explain the different Pricing Strategies adopted by a business firm.

Q.4 Answer any two of the following.

(15)

- What is meant by Physical Distribution? Discuss the factors influencing the selection of suitable channels of Distribution.
- What is direct marketing? Explain its forms.
- Define Promotion. Discuss the elements of Promotion Mix.

A.5 a) Fill in the blanks.

(05)

1. Theconcept of Marketing revolves around the customers.

- (a) Production (b) Marketing (c) Exchange (d) Selling

2. is the essence of Marketing.

- (a) Place (b) Time (c) Exchange (d) money

3. is a component of marketing Information System.

- (a) Niche Marketing (b) Event Marketing
(c) Marketing research (d) Customer behaviour

4. carries information about the product and the seller.

- (a) Brand (b) Package (c) Label (d) Design

5. are the elements of promotion.

- (a) Sales Promotion (b) Direct Marketing (c) Advertising (d) All the three

B) State Whether following statements are true or false.**(05)**

1. Marketing is applicable to commercial as well as non-commercial organisation.
2. Tele-marketing is a form of direct marketing.
3. A Company adopts same marketing mix for all products.
4. Public Relation is an element of Integrated Marketing Communication.
5. Targeting to children is an ethical marketing practice.

C) Match the following pairs.**(05)**

Group 'A'	Group 'B'
1. Societal concept	a. Marketing for social cause
2. Social Marketing	b. Exchange of goods & services
3. Price Mix	c. Charging high price at initial period
4. Brand Loyalty	d. Sub-variables include discount, credit terms etc
5. Skimming Pricing	e. On the basis of income
	a. Balance between Company profits, consumer satisfaction and social welfare
	b. Repurchase of same brand

वेळ 2 तास 30 मिनिटे

एकूण गुण - 75

1. सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहेत.
2. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.
3. मूळ इंग्रजी प्रश्न प्रमाण मानावेत.

प्रश्न 1 खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (कोणतेही दोन)

(15)

- अ. विपणनाची व्याख्या सांगा. विपणनाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
 ब. सामाजिक विपणन म्हणजे काय? त्याचे महत्व स्पष्ट करा.
 क. बदलत्या व्यावसायिक पर्यावरणातील विपणन व्यवस्थापकापुढील आव्हाने स्पष्ट करा.

प्रश्न 2 खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (कोणतेही दोन)

(15)

- अ. विपणन संशोधनाची व्याख्या सांगा. त्याची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
 ब. ग्राहक वर्तन या संज्ञेची व्याख्या द्या. ग्राहक वर्तनावर प्रभाव टाकणारे घटक स्पष्ट करा.
 क. वस्तू स्थान निश्चितीकरण म्हणजे काय? त्याचे महत्व स्पष्ट करा.

प्रश्न 3 खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (कोणतेही दोन)

(15)

- अ. विपणन मिश्र म्हणजे काय? विपणन मिश्राचे घटक स्पष्ट करा.
 ब. बोधनाम समानता म्हणजे काय? त्यावर प्रभाव टाकणारे घटक स्पष्ट करा.
 क. किंमतनिर्धारणाची व्याख्या द्या. व्यवसायसंस्थेकडून अंगिकारल्या जाणाऱ्या विविध किंमत व्यूहरचना स्पष्ट करा.

प्रश्न 4 खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (कोणतेही दोन)

(15)

- अ. भौतिक वितरण म्हणजे काय? सुयोग्य वितरण मार्ग निवडीवर प्रभाव टाकणाऱ्या घटकांची चर्चा करा.
 ब. प्रत्यक्ष विपणन म्हणजे काय? त्याचे विविध प्रकार विशद करा.
 क. विक्रयवृद्धीची व्याख्या द्या. विक्रयवृद्धीच्या घटकांची चर्चा करा.

प्रश्न 5 (अ) अचूक पर्याय निवडून रिकाम्या जागा भरा.

(05)

अ. विपणन संकल्पना ग्राहकाभोवती फिरते.

1. उत्पादन 2. विपणन 3. विनिमय 4. विक्री

ब. हा विपणनाचा अर्क आहे.

1. स्थळ 2. वेळ 3. विनिमय 4. पैसा

क. हा विपणन माहिती प्रणालीचा घटक आहे.

1. लघुविपणन 2. घटनाविपणन 3. विपणन संशोधन 4. ग्राहकवर्तन

ड. हे वस्तू व विक्रेत्याबाबत माहिती देते.

1. छाप 2. संवेष्टण 3. लेबल 4. रचना

इ. हा वृद्धीचा घटक आहे.

1. विक्रयवृद्धी 2. थेट विपणन 3. जाहिरात 4. यांपैकी सर्व

(ब) खालील विधाने चूक किंवा बरोबर ते सांगा.

(05)

1. विपणन व्यावसायिक व अव्यावसायिक संघटनांना लागू पडते.
2. टेलिविपणन हा थेट विपणनाचा प्रकार आहे.
3. कंपनी सर्व प्रकारच्या वस्तूसाठी एकच विपणन मिश्र वापरते.
4. जनसंपर्क एकत्रित विपणन संज्ञापनाचा एक घटक आहे.
5. लहान मुलांना लक्ष्य करणे ही विपणनाची योग्य प्रथा आहे.

(क) जोडया जुळवा.

गट 'अ'

1. सामाजिक विपणन संज्ञा
2. सामाजिक विपणन
3. किंमत मिश्र
4. बोधनाम निष्ठा
5. मलई काढणारे किंमत धोरण

गट 'ब'

- अ. सामाजिक कारणांसाठी विपणन
- ब. वस्तू व सेवांचा विनिमय
- क. प्रारंभीच्या काळात जास्त किंमत आकारणे
- ड. सूट, उधारीच्या शर्ती या उपघटकांचा समावेश
- इ. उत्पन्नाच्या आधारे
- फ. कंपनी नफा, ग्राहक समाधान व समाज कल्याण यांचा समतोल
- ग. एकाच ब्रॅंडची पुर्नखरेदी

(05)