

Time : 02 hrs 30 mins

Marks : 75

- NB 1. All questions are compulsory  
2. Figures to the right indicate full marks

Q1. Answer the following questions (any Two) 15

- Define marketing. Explain its importance.
- Distinguish between Traditional Marketing Management and Strategic Marketing Management.
- Write a note on Green marketing.

Q2. Answer the following questions (any Two) 15

- Define Marketing Information System. Discuss its features.
- Describe the steps involved in consumer buying decision process.
- Explain the various Product Positioning Strategies adopted by the business firm.

Q3. Answer the following questions (any Two) 15

- Discuss the stages of product life cycle.
- What are the various areas of product related decisions taken by the marketing managers?
- State and explain the different objectives of pricing.

Q4. Answer the following questions (any Two) 15

- Explain the different distribution channels used for consumer goods.
- What is promotion mix? Explain its objectives.
- Explain the components of Integrated Marketing Communication.

Q5.A Fill in the blanks choosing the appropriate options given: 05

- Social media marketing is marketing through \_\_\_\_\_.
  - Newspaper
  - Radio
  - .Poster
  - Facebook
- \_\_\_\_\_ data is the data which is not readily available.
  - Primary
  - Secondary
  - Marketing
  - Outdated
- \_\_\_\_\_ gives distinctive and separate identity to the product
  - Selling
  - Branding
  - Pricing
  - Research
- \_\_\_\_\_ is an assurance about the quality of a product sold.
  - Promise
  - Warranty
  - Statement
  - Logo

e. Yellow Pages is an example of \_\_\_\_\_ marketing.

- i. Indirect
- ii. Mass

- iii. Direct
- iv. Concentrated

B State whether the following statements are true or false:

05

- a. Brand fatigue is a method of introducing new product with the same brand name.
- b. There is a fixed formula for marketing mix which can be ideal under all situations.
- c. Zero level channel is also called direct channel of distribution.
- d. Sales promotions are long term promotional incentives.
- e. Logistical Packaging facilitates transportation of goods

C Match the columns:

05

Group A

Group B

- |                          |                                       |
|--------------------------|---------------------------------------|
| 1. Perishable products   | a. Stagnant Sales                     |
| 2. Marketing channels    | b. Nestle                             |
| 3. Maturity Stage of PLC | c. Corporate communication            |
| 4. Brand Name            | d. Shorter channels preferred         |
| 5. Public relations.     | e. Non paid form                      |
|                          | f. Same price at all markets          |
|                          | g. Time, place and possession utility |

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 द्या. विपणनाचे महत्त्व स्पष्ट करा.  
 ब. पारंपारिक विपणन व्यवस्थापन व व्यूहरचनात्मक विपणन व्यवस्थापन यातील फरक स्पष्ट करा.  
 क. हरित विपणनावर टीप लिहा.

**प्रश्न 2 खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (कोणतेही दोन)**

(15)

- अ. विपणन माहिती प्रणालीची व्याख्या द्या. तिच्या वैशिष्ट्यांची चर्चा करा.  
 ब. ग्राहक खरेदी निर्णय प्रक्रियेत समाविष्ट असणा-या पाय-यांचे वर्णन करा.  
 क. व्यवसाय संस्था अंगिकारत असलेल्या वस्तू स्थान निश्चिती करण्याच्या विविध व्यूहरचना स्पष्ट करा.

**प्रश्न 3 खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (कोणतेही दोन)**

(15)

- अ. वस्तू जीवन चक्राच्या विविध अवस्थांची चर्चा करा.  
 ब. विपणन व्यवस्थापकाकडून उत्पादनासंबंधित घेण्यात येणा-या निर्णयाचे क्षेत्र कोणते?  
 क. किंमत निर्धारणाची विविध उद्दिष्टे सांगून स्पष्ट करा.

**प्रश्न 4 खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (कोणतेही दोन)**

(15)

- अ. ग्राहकवस्तू वितरणासाठी वापरण्यात येणारे वितरण साखळ्या कोणत्या आहेत? स्पष्ट करा.  
 ब. वृद्धी मिश्र म्हणजे काय? त्याचे उद्दिष्टे स्पष्ट करा.  
 क. एकात्मिक विपणन संज्ञापनाचे घटक स्पष्ट करा.

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

(05)

- अ. सामाजिक माध्यम विपणन .....मधून केले जाते.  
 1. वृत्तपत्रे 2. रेडिओ 3. भिंतीपत्रके 4. फेसबुक  
 ब. ....माहिती म्हणजे अशी माहिती जी सहजपणे उपलब्ध नसते.  
 1. प्राथमिक 2. दुय्यम 3. विपणन 4. कालबाह्य  
 क. .... हे उत्पादनाला स्वतंत्र आणि विशिष्ट ओळख देते.  
 1. विक्री 2. किंमत 3. चिन्हांकन 4. संशोधन  
 ड. ....हे उत्पादनाच्या गुणवत्तेबद्दल ग्वाही देते.  
 1. वचन 2. वॉरंटी 3. विधान 4. लोगो  
 इ. यलो पेजेस ..... विपणनाचे उदाहरण आहे.  
 1. अप्रत्यक्ष 2. मोठ्याप्रमाणावरील 3. प्रत्यक्ष 4. केंद्रित

**(ब) खालील विधाने चूक किंवा बरोबर ते सांगा.**

(05)

- अ. चिन्ह घसरण (Fatigue) हे त्याच चिन्हाने नवीन उत्पादन बाजारात आणण्याची पद्धत आहे.  
 ब. सर्व परिस्थितीत आदर्श ठरेल असे विपणनाचे एक निश्चित सूत्र असते.  
 क. शून्य वितरणसाखळी ही थेट वितरण साखळी म्हणूनही ओळखली जाते.  
 ड. विक्रयवृद्धी दिर्घकालीन विक्रीसाठी योग्य प्रोत्साहन आहे.  
 इ. लॉजिस्टिक संवेष्टण मालाची वाहतूक सुलभ करते.

(क) जोडया जुळवा.

गट 'अ'

1. नाशवंत वस्तू
2. विपणन मार्ग
3. परिपक्वता अवस्था
4. चिन्हनाम
5. जनसंपर्क

गट 'ब'

- अ. संपृक्तावस्था
- ब. नेस्टले
- क. व्यवसाय संदेशवहन
- ड. आखूड साखळी पसंती
- इ. विना मोबदला प्रकार
- फ. सर्व बाजारपेठेत एकच किंमत
- ग. वेळ, स्थळ आणि स्वामित्व उपयोगिता

(05)