

F.Y.B.Com. I (with Credits)-Regular-Semester 2012 Sem I
0224 - Basic Marketing Management-I

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/W/16/2956

Max. Marks : 80

- Notes : 1. All questions are compulsory.
2. All questions carry equal marks.

1. a) What do you mean by Marketing? Describe the various function of Marketing. 8
b) Discuss the Pre – Independence and Post - Independence Marketing In India. 8

OR

- c) Explain the Nature, scope and Importance of Marketing. 16
2. a) Explain the importance of Consumer Behaviour. 8
b) Explain the characteristics of Consumer Behaviour. 8

OR

- c) Evaluation the Personal, Social, Psychological and Cultural Factors of Consumer Behaviours. 16
3. a) What is mean by pricing policy? Explain the types of price policies. 8
b) Explain the objectives of price policies. 8

OR

- c) Explain the factors to be considered while determining the price policy. 16
4. a) What is mean by branding? Explain the characteristics of branding. 8
b) Explain the importance of packing. 8

OR

- c) What is mean by packing? Explain the functions and objectives of packing. 16
5. Write short note
a) Nature of marketing management. 4
b) Factors affecting consumer behaviour. 4
c) Importance of price policies. 4
d) Importance of branding. 4

- सूचना :- 1. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
2. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत

1. अ) विपणनाचा अर्थ व विविध कार्यांचे वर्णन करा. 8
ब) भारतातील स्वातंत्र्यपूर्व व स्वातंत्र्योत्तर विपणन यावर चर्चा करा. 8

किंवा

- क) विपणनाचे स्वरूप, व्याप्ती व महत्त्व स्पष्ट करा. 16
2. अ) ग्राहक वर्तणूकीचे महत्त्व स्पष्ट करा. 8
ब) ग्राहक वर्तणूकीचे वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8

किंवा

- क) ग्राहक वर्तणूकीचे वैयक्तिक, सामाजिक, मानसशास्त्रीय व सांस्कृतिक घटकांचे मूल्यमापन करा. 16
3. अ) कीमत धोरण म्हणजे काय? कीमत धोरणाचे प्रकार स्पष्ट करा. 8
ब) कीमत धोरणाचे उद्देश स्पष्ट करा. 8

किंवा

- क) कीमत धोरण ठरविताना विचारात घ्यावयाचे घटक स्पष्ट करा. 16
4. अ) बोधचिन्ह म्हणजे काय? बोधचिन्हाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8
ब) बांधणीचे महत्त्व स्पष्ट करा. 8

किंवा

- क) बांधणी म्हणजे काय? बांधणीचे कार्य व उद्देश स्पष्ट करा. 16
5. टिपा लिहा.
अ) विपणन व्यवस्थापनाचे स्वरूप 4
ब) उपभोक्ता वर्तणूकीवर प्रभाव टाकणारे घटक 4
क) कीमत धोरणाचे महत्त्व 4
ड) बोधचिन्हाचे महत्त्व 4

F.Y.B.Com. I (with Credits)-Regular-Semester 2012 Sem I
0224 - Basic Marketing Management-I

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

- सूचनाएँ :- 1. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. अ) विपणन का आशय एवं विभिन्न कार्यों का वर्णन किजीए। 8
ब) भारत में स्वातंत्र्यपूर्व और स्वातंत्र्य के बाद विपणन इसपर चर्चा किजिये। 8

अथवा

- क) विपणन के स्वरूप, व्यापकता एवं महत्त्व स्पष्ट किजिए। 16
2. अ) उपभोक्ता आचरण के महत्त्व स्पष्ट किजिए। 8
ब) उपभोक्ता आचरण की विशेषताएँ स्पष्ट किजिए। 8

अथवा

- क) उपभोक्ता आचरण के वैयक्तिक, सामाजिक, मनोवैज्ञानिक एवं सांस्कृतिक कारकों को मूल्यमापित किजिए। 16
3. अ) मूल्ये निती से क्या अर्थबोध होता है। मूल्ये निती के प्रकार स्पष्ट किजिए। 8
ब) मूल्ये निती के उद्देश्य स्पष्ट किजिए। 8

अथवा

- क) मूल्ये निती निश्चित करते समय इसके निर्णय कारक स्पष्ट किजीए। 16
4. अ) बोधचिन्ह से क्या अर्थबोध होता है। बोधचिन्ह की विशेषताएँ स्पष्ट किजीए। 8
ब) बांधणी के महत्त्व स्पष्ट किजिए। 8

अथवा

- क) बांधणी से क्या अर्थबोध होता है। बांधणीके कार्य और उद्देश्य स्पष्ट किजीए। 16
5. टिपण लिखीए।
अ) विपणन प्रबंधन के स्वरूप 4
ब) उपभोक्ता आचरण पर प्रभाव डालनेवाले कारक। 4
क) मूल्ये निती के महत्त्व। 4
ड) बोधचिन्ह के महत्त्व 4

munotes.in