



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

1. a) What do you mean by 'marketing'? Explain its concept & importance. **16**

OR

- b) Define marketing mix. Discuss its elements & various options. **16**

2. a) What do you mean by 'Market Segmentation' Explain the types of Market Segmentation in details. **16**

OR

- b) Define the term 'Marketing Environment'. Explain the problems of marketing planning process. **16**

3. a) What do you mean by 'Product Life Cycle'? What are the gradual stages in product-life-cycle of a particular product ? **16**

OR

- b) State the objectives & importance of Branding & Packaging. **16**

4. a) Define pricing policy. Explain its strategies & importance. **16**

OR

- b) Explain the factors to be considered while determining the price policy. **16**

5. Write short notes.

- a) Marketing evolution. **4**

- b) Concept of consumer behaviour. **4**

- c) Contents of new product development. **4**

- d) Pricing Decision. **4**

M. Com. F. Y. (Choice Based) Regular Semester 2016 Sem I
PCC1F04 : Marketing Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) विपणन यापासून आपणास काय अर्थ बोध होतो ? त्यांची संकल्पना आणि महत्व स्पष्ट करा. 16

किंवा

- ब) विपणन मिश्रण ची व्याख्या द्या त्याचे घटक व विविध पर्यायांची चर्चा करा. 16

2. अ) 'विपणी विभाजन' यापासून आपणास काय अर्थ-बोध होतो ? विपणी विभाजनाचे प्रकार सविस्तर स्पष्ट करा. 16

किंवा

- ब) 'विपणन पर्यावरण' संज्ञा परिभाषित करा. विपणन नियोजन प्रक्रियेच्या समस्या स्पष्ट करा. 6

3. अ) 'उत्पाद जिवन चक्र' यापासून तुम्हास काय अर्थबोध होतो ? एका विशिष्ट उत्पाद जिवन चक्राच्या क्रमिक अवस्था कोणत्या आहेत ? 16

किंवा

- ब) चिन्हांकणाचे व संवेष्टनाचे उद्दिष्टे व महत्व सांगा. 16

4. अ) मुल्यधोरण परिभाषित करा त्यांची व्युत्तरचना व महत्व स्पष्ट करा. 16

किंवा

- ब) किंमत धोरण निर्धारण करतांना विचारात घ्यावयाचे घटक स्पष्ट करा. 16

5. संक्षिप्त टिपण लिहा:-

- अ) विपणनाची उत्क्रांती. 4

- ब) उपभोक्ता वर्तणूकीची संकल्पना. 4

- क) नव उत्पाद विकासाच्या बाबी. 4

- ड) मूल्य निर्णय. 4

M. Com. F. Y. (Choice Based) Regular Semester 2016 Sem I
PCC1F04 : Marketing Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) 'विपणन' से क्या आशय है ? उसकी संकल्पना एवं महत्व स्पष्ट कीजिये। 16

अथवा

ब) विपणन मिश्र परिभाषित कीजिए। उसके कारक एवं विभिन्न विकल्प की चर्चा कीजिये। 16

2. अ) 'विपणी विभाजन' से क्या आशय है ? विपणी विभाजन के प्रकार विस्तार से स्पष्ट कीजिए। 16

अथवा

ब) 'विपणन पर्यावरण' संज्ञा परिभाषित कीजिए। विपणन नियोजन प्रक्रिया की समस्याएँ स्पष्ट कीजिए। 16

3. अ) 'उत्पाद जीवन-चक्र' से क्या आशय है ? किसी विशेष उत्पाद जीवन-चक्र के कौन-कौन से क्रमिक चरण होते हैं ? 16

अथवा

ब) चिन्हांकन एवं संवेष्टन के उद्देश्य एवं महत्व बतलाईये। 16

4. अ) मूल्यनिती परिभाषित कीजिए। उसकी व्युत्पत्ति एवं महत्व स्पष्ट कीजिए। 16

अथवा

ब) मूल्य निती निर्धारण में ध्यान में लेने वाले कारक स्पष्ट कीजिये। 16

5. संक्षेप में टिप्पण लिखिये।

अ) विपणन की उत्क्रांति। 4

ब) ग्राहक आचरण की संकल्पना। 4

क) नव उत्पाद विकास के कारक। 4

ड) मूल्य निर्णय। 4

munotes.in