

Duration: 2 hours

Max. Marks: 60

Note: 1. All questions are compulsory

2. Figures to the right indicate full marks.

Q 1 A. Explain the term Marketing Strategy. Enumerate its characteristics. **(15)**

Q 1 B. Comment on the future of Marketing.

OR

Q 1C. Elucidate the role of Marketing Strategies. **(15)**

Q 1D. Discuss the concept of Green marketing with the help of suitable examples.

Q 2A. Discuss the contents of marketing plans. **(15)**

Q 2B. Explain the importance of Marketing Mix.

OR

Q 2C. Describe SWOT analysis. **(15)**

Q 2D. Differentiate between Defensive & Offensive Marketing Strategies.

Q3 A. Discuss the importance of Customer Loyalty. **(15)**

Q3 B. Explain PESTLE analysis.

OR

Q3 C. Explain the techniques of Customer Relationship Management (CRM). **(15)**

Q3 D. Discuss in brief the factors affecting consumers' buying behaviour.

Q4 A. Choose the correct option from the following: (5)

1. ——— marketing strategy includes many areas ranging from conservation lit' environment to control of pollution.

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| a) Green Marketing Strategy | b) Viral Marketing Strategy |
| c) Ambush Marketing Strategy . | d) Guerilla Marketing Strategy |

2. ——— refers to the speed at which marketing decisions and actions are taken.

- | | |
|----------------|------------------|
| a) Product mix | b) Place Mix |
| c) Pace | d) Promotion mix |

3. The ——— concept of SBU was developed by:

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| a) Tala Consultancy Services | c) Boston Consultancy Group |
| b) McKinsey Consultancy Group | d) General Ekctric Company |

4. ——— factors influence consumer behaviour with respect to product, pnclng, promotion and place.

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| a) Psychological factors | b) Personal Llctors |
| c) Socio-cultural factors | d) Marketing LtCtors |

5. ——— also called as engagement marketing.

- | | |
|---------------------------|---------------------|
| a) Green marketing | b) Social marketing |
| c) Experiential marketing | d) Viral marketing |

Q4 B. State whether the following statements are True or False

(5)

1. Stealth marketing is also known as undercover marketing.
2. The term Triple Bottom Line was coined by Michael Porter.
3. Pricing involves push and pull strategies.
4. The concept of Production sharing was developed by Peter Drucker.
5. The element of physical evidence belongs to the service marketing mix.

Q4 C. Match the following:

COLUMN A

1. Amazon
2. Twitter
3. Defevasive Strategy
4. Micro Environment
5. Macro Environment

COLUMN B

- a. Suppliers
- b. PESTLE
- c. B2C Marketing
- d. Social Media Marketing
- e. Position defense

OR

Q4. Write short notes on: (Any 3)

- a) Franchising strategy
- b) Hospitality Marketing
- c) Cause Marketing
- d) Mobile Marketing
- e) Social Marketing

वेळ: २तास

गुण: ६०

सूचना :

१. सर्व प्रश्न अनिवार्य.

२. उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शविता.

प्र.१.अ विपणन धोरण ही संकल्पना स्पष्ट करा.त्याच्या वैशिष्ट्याची गणना करा. (१५)

प्र.१.ब विपणनाचे भविष्य यावर टिप्पणी करा.

किंवा

प्र.१.क विपणन धोरणाची भूमिका स्पष्ट करा. (१५)

प्र.१.ड हरित विपणन संकल्पना उदाहरणासहीत स्पष्ट करा.

प्र.२.अ विपणन नियोजनातील विषयावर चर्चा करा. (१५)

प्र.२.ब विपणन मिश्राचे महत्त्व स्पष्ट करा.

किंवा

प्र.२.क SWOT विश्लेषणाचे वर्णन करा. (१५)

प्र.२.ड बचावात्मक व आक्षेपार्ह विपणन धोरणातील फरक स्पष्ट करा.

प्र.३.अ ग्राहक एकनिष्ठेचे महत्त्व वर्णन करा. (१५)

प्र.३.ब PESTLE विश्लेषण स्पष्ट करा.

किंवा

प्र.३.क ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे तंत्र स्पष्ट करा. (१५)

प्र.३.ड उपभोक्ता खरेदी वर्तणुकीवर परिणाम करणाऱ्या घटकांवर चर्चा करा.

प्र.४.अ खालीलपैकी योग्य विकल्प निवडा. (५)

१ विपणन धोरण हे पर्यावरण संवर्धन हे क्षेत्र अंतर्भूत करते.

अ) हरित विपणन

ब) व्हराल विपणन धोरण

क) हल्ला विपणन धोरण

ड) गोरिला विपणन धोरण

२ ————— हे विपणन निर्णय घेण्याचा वेग दर्शवितात.

अ) वस्तू मिश्र

ब) स्थान मिश्र

क) गती

ड) जाहिरात मिश्र

३ SBU संकल्पना ————— ने विकसित केली .

अ) टाटा कंन्सल्टन्सी सेवा

ब) मॅक किनसे कंन्सल्टन्सी समुह

क) बोस्टोन कंन्सल्टन्सी समुह

ड) जनरल इलेक्ट्रिक कंपनी

४ ग्राहक वर्तनुकीतील परिणाम करणारे ————— हे घटक वस्तू किंमत, जाहिरात व स्थान यांच्याशी संबंधित आहे.

- अ) मानशास्त्रीय घटक ब) खाजगी घटक
क) सामाजिक - सांस्कृतिक ड) विपणन घटक

५ गुंतलेल विपणनास ————— असेही म्हणतात.

- अ) हरित विपणन ब) सामाजिक विपणन
क) अनुभवात्मक विपणन ड) वायरल विपणन

प्र.४.ब

खालील विधाने बरोबर की चूक ते सांगा.

(५)

छपवा छपवी विपणनास गुप्त विपणन असेही म्हणतात.

मायकल पोर्टल ह्यांनी त्रिस्तरीय तळरेषा प्रसिद्ध केली.

किंमत ढकलणे व खेचणे धोरण धोरण अंतर्भूत करते.

उत्पादन विभागणी ही संकल्पना पिटर ड्रकर यांनी विकसित केली होती.

भौतिक पुरण्याचे घटक हे सेवा विपणन मिश्राचे एक हिस्सा आहे.

प्र.४.क

जोड्या लावा.

(५)

स्तंभ अ	स्तंभ ब
ॲमेझोन	पुरवठा करणारे
ट्वीटर	PESTLE
बचावात्मक धोरण	बी टू सी विपणन
सूक्ष्म पर्यावरण	समाज मध्यम विपणन
समग्र पर्यावरण	स्थिती बचाव

किंवा

प्र.४.

टीपा लिहा कोणत्याही तीन.

(१५)

- १ फ्रेंच्यासिंग धोरण
- २ आदरातिथ्य विपणन
- ३ कारण विपणन
- ४ भ्रमण विपणन
- ५ सामाजिक विपणन
