12/10/15 MHRM

Q.P. Code : 13897

(2½ Hours) [Total Marks : 75

N.B. : (1) **All** questions are **compulsory.**
(2) **Figures** to the **right** indicate **full** marks.

1. Answer any **two** of the following : 15
   (a) Define Marketing & explain the features of marketing.
   (b) What is Strategic Marketing Management ? How is it different from Traditional Marketing Management ? Explain.
   (c) What is Event Marketing ? Explain the steps in event marketing.

2. Answer any **two** of the following : 15
   (a) Define Marketing Information System. Describe the features of MIS.
   (b) Explain the meaning of Consumer Behavior. What are the various factors affecting consumer behavior?
   (c) What is Market Segmentation? Explain the bases of market segmentation.

3. Answer any **two** of the following : 15
   (a) Define Marketing Mix. Explain briefly the various areas of product decision.
   (b) Explain the term Branding. Discuss various factors affecting branding.
   (c) Explain the meaning of Pricing. Discuss briefly the various pricing methods.

4. Answer any **two** of the following : 15
   (a) What is Physical Distribution ? Describe recent trends in distribution.
   (b) Define Advertising. Briefly explain the features of advertising.
   (c) What is Direct Marketing ? Explain the various forms of direct marketing.

5. (a) Fill in the blanks by choosing appropriate options given below. 5
   (i) _____ concept of marketing balances between society welfare and profit.
   (a) Product (b) Selling (c) Societal (d) Production
   (ii) _____ is an element of demographic segmentation.
   (a) Personality (b) Age (c) Attitude (d) Usage rate
   (iii) Segment within segment is called as _____ Marketing.
   (a) Niche (b) Direct (c) Social (d) Event

5247 LATE SHRI. VISHNU WAMAN THAKUR CHARITABLE TRUST'S BHASKAR WAMAN THAKUR COLLEGE OF SCI

Scanned by CamScanner

(iv) _____ is a method of introducing new products with the same brand name.
(a) Brand fatigue (b) Brand loyalty
(c) Brand positioning (d) Brand extension

(v) _____ Marketing channel is also called as Zero level.
(a) Horizontal (b) Direct
(c) Indirect (d) None of these

5. (b) State whether the following statements are 'True' or 'False'. 5

(i) Study of consumer behavior is a complex exercise.
(ii) Product mix refers to the complete portfolio of products offered by a firm.
(iii) Telemarketing is a form of Direct Marketing.
(iv) Marketing Decision Support System is a component of marketing research.
(v) Brand Image and Brand Equity are synonymous terms.

5. (c) Match the following 5

A	B
(1) Customer Relationship Management	(a) Non-Paid Form
(2) Viral Marketing	(b) Resolves conflicts in distribution
(3) Multi Level Marketing	(c) Customer Feedback
(4) Vertical Marketing System	(d) Trade Fairs
(5) Publicity	(e) Brand Resonance
	(f) Network Marketing
	(g) Social Media

TE SHRI. VISHNU WAMAN THAKUR CHARITABLE TRUST'S BHASKAR WAMAN THAKUR COLLEGE OF

Scanned by CamScanner

(मराठी रूपांतर)

(२१/२ तास)

गुण –७५

सूचना : (१) **सर्व** प्रश्न सोडविणे **अनिवार्य** आहेत.
(२) **उजवीकडील अंक** प्रश्नांचे **पूर्ण गुण** दर्शवितात.
(३) **मूळ इंग्रजी** प्रश्न **प्रमाण** मानावेत.

१. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १५
(अ) 'विपणन' या संज्ञेची व्याख्या लिहा. विपणनाची वैशिष्ट्ये थोडक्यात विशद करा.
(ब) 'डावपेचात्मक विपणन व्यवस्थापन' म्हणजे काय? ते पारंपारिक विपणन व्यवस्थापन संज्ञेपेक्षा कसे वेगळे आहे हे स्पष्ट करा.
(क) 'घटना विपणन' म्हणजे काय? घटना विपणनाच्या विविध अवस्था स्पष्ट करा.

२. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १५
(अ) 'विपणन माहिती पद्धतीची' व्याख्या करा. विपणन माहिती पद्धतीची वैशिष्ट्ये लिहा.
(ब) 'ग्राहक वर्तन' म्हणजे काय? ग्राहक वर्तनावर परिणाम करणारे विविध घटक विशद करा.
(क) 'विपणी विभागीकरण' म्हणजे काय? विपणी विभागीकरणाचे विविध आधार (bases) स्पष्ट करा.

३. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १५
(अ) विपणन मिश्राची व्याख्या करा. वस्तू निर्णय प्रक्रियेतील विविध क्षेत्रे (areas) थोडक्यात स्पष्ट करा.
(ब) 'मुद्रांकन' ही संज्ञा स्पष्ट करा. मुद्रांकनावर परिणाम करणाऱ्या विविध घटकांची चर्चा करा.
(क) किंमत म्हणजे काय? किंमत ठरविण्याच्या विविध पद्धतींची चर्चा करा.

४. खालीलपैकी कोणत्याही **दोन** प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १५
(अ) भौतिक वितरण म्हणजे काय? भौतिक वितरणातील अलिकडील बदल स्पष्ट करा.
(ब) जाहिरातीची व्याख्या करा. जाहिरातीची वैशिष्ट्ये विशद करा.
(क) प्रत्यक्ष विपणन म्हणजे काय? प्रत्यक्ष विपणन पद्धतीचे विविध प्रकार लिहा.

247 LATE SHRI. VISHNU WAMAN THAKUR CHARITABLE TRUST'S BHASKAR WAMAN THAKUR COLLEGE OF SCIE

Scanned by CamScanner

५. (अ) पुढील दिलेल्या पर्यायामधून योग्य पर्यायाची निवड करून रिकाम्या जागा लिहा.

(१) विपणनाची _____ ही संकल्पना समाजाचे कल्याण व नफा याचे संतुलन साधते.
(अ) वस्तु (ब) विक्री (क) सामाजिक (ड) उत्पादन

(२) _____ हा लोकसंख्यानुसार विभागीकरणाचा घटक आहे.
(अ) व्यक्तिमत्त्व (ब) वय (क) दृष्टिकोण (ड) उपयोगाचे प्रमाण

(३) विभागीकरणांतर्गत विभागीकरण म्हणजे _____ विपणन होय.
(अ) निश (ब) प्रत्यक्ष (क) सामाजिक (ड) घटना

(४) त्याच मुद्रेच्या (brand) नावाने नवीन वस्तुचा बाजारपेठेत परिचय करण्याच्या पद्धतीला _____ असे म्हणतात.
(अ) मुद्रा कंटाळा (Fatigue) (ब) मुद्रा एकनिष्ठा
(क) मुद्रा स्थान (ड) मुद्रा विस्तार

(५) शून्य पातळी विपणन साखळीस _____ असेही म्हणतात.
(अ) समांतर (ब) प्रत्यक्ष (क) अप्रत्यक्ष (ड) यापैकी नाही

(ब) खालील विधाने सत्य किंवा असत्य ते सांगा.

(१) ग्राहक वर्तणुकीचा अभ्यास ही एक क्लिष्ट प्रक्रिया आहे.
(२) वस्तु मिश्र म्हणजे कंपनीने देऊ केलेल्या संपूर्ण वस्तुंचा एक समूह होय.
(३) दूरध्वनीद्वारा विपणन हा प्रत्यक्ष विपणनचा एक भाग आहे.
(४) विपणन निर्णय सहाय्य पद्धती ही विपणन संशोधनाचा एक घटक आहे.
(५) मुद्रा प्रतिमा आणि मुद्रा इक्विटी (Equity) ह्या समानार्थी संज्ञा आहेत.

(क) जोड्या लावा.

'अ' गट	'ब' गट
(१) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन	(अ) अदेय प्रकार (Non-paid form)
(२) व्हायरल विपणन	(ब) वितरणातील कलह मिटविणे
(३) विविध स्तरीय पातळ्या	(क) ग्राहकांच्या प्रतिक्रिया
(४) लंबाकृती (vertical) विपणन पद्धती	(ड) व्यापारी जत्रा
(५) एकाधी	(इ) मुद्रा संस्पंदन (Resonance)
	(फ) नेटवर्क विपणन
	(ग) सामाजिक माध्यमे

SHRI. VISHNU WAMAN THAKUR CHARITABLE TRUST'S BHASKAR WAMAN THAKUR COLLEGE

Scanned by CamScanner