

Business Management-Marketing management **Q.P.Code : 00000303****[Time:03 Hrs]****[Marks:100]**

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All question are compulsory.
 2. Figures to the right indicate full marks.
 3. Students answering in the regional language should refer in case of doubt to the main text of the paper in English.

Q.1 A. Select most appropriate answer from the options given below. (Any 10) 10

1. Demographic, economic, natural, technological, political, and cultural forces are part of _____ environment.
a. Macro environment b. Microenvironment c. Networked Environment d. Global environment
2. _____ supply the resources required by the company to produce its merchandise and service.
a. Competitor networks b. Marketing intermediaries c. Suppliers d. Service representatives
3. Marketing is a process which aims at _____.
a. Production b. Profit-making. c. The satisfaction of customer needs d. Selling products
4. According to competitive positions, the main focus of market follower strategy is to _____.
a. Multiple niching b. Full frontal attack c. Expand market share d. Follow at a distance
5. The Customer driven marketing strategy is another name of _____.
a. The selling concept b. The marketing concept
c. The product concept d. The societal marketing concept
6. Any item or service you sell to satisfy a customer's need or want is a _____.
a. Product b. Pace c. Positioning d. Price
7. The word "product" was derived from the _____ word.
a. Latin b. Greek c. French d. German
8. There are _____ product levels proposed by Philip Kotler.
a. Five b. Four c. Three d. Two

9. _____ is an exchange value of goods and services.

- a. Price b. Place c. Product d. Promotion

10. Under _____ pricing method lower price is charged by the company at the time of introduction of product in the market.

- a. Skimming b. Penetration c. Uniform d. Going rate policy

11. _____ is an internal factor affecting pricing.

- a. Customer b. Reputation c. Government Policy d. Intermediary involved

12. _____ is calculated by charging specific percentage on selling price of the company.

- a. Cost -Plus pricing b. Mark- up pricing c. Return on Investment d. Break even pricing.

B. State Whether the following statements are true OR false : (Any 10)

10

1. Knowledge transfers is a part of political environment.
2. A company has no control over micro environment.
3. Indian middle class it is estimated that middle class consist of less than 40 percent of the population.
4. Michael Porter proposed the value chain as a tool for identifying ways to create more customer value.
5. Competitive advantage ultimately derives from how well the company has fitted its core competencies and distinctive capabilities into tightly interlocking "activity systems."
6. Growth stage is first stage in Product Life Cycle.
7. A company adopts the same marketing mix for all products.
8. In case of break-even pricing selling price is greater than the cost of the production.
9. In order to survive in the market company generally charge high price for its goods and services.
10. To determine price of the product only external factors need to be consider.
11. The first step in the business unit strategic planning process is program formulation.
12. Decisions on all other elements of marketing mix depend on product.

Q.2

Answer the following:

15

- A** What is Marketing Management? Explain Importance of marketing management.
- B** Explain International Marketing Environment.

[वेळ: ३तास]

[गुण: १००]

कृपया तुम्हाला योग्य प्रश्नपत्रिका मिळाली आहे का ते तपासा.

सूचना: १सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२.उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.

३. प्रादेशिक भाषेत उत्तर देणाऱ्या विद्यार्थ्यांनी शंका असल्यास पेपरच्या मुख्य मजकुराचा इंग्रजी मध्ये संदर्भ घ्यावा.

प्र.१ अ. खाली दिलेल्या पर्यायांमधून सर्वात योग्य उत्तर निवडा. (कोणतेही १०)

१०

१. लोकसंख्याशास्त्रीय, आर्थिक, नैसर्गिक, तांत्रिक, राजकीय आणि सांस्कृतिक शक्ती
_____ पर्यावरणाचा भाग आहेत.

अ. स्थूल पर्यावरण ब. सूक्ष्म पर्यावरण क. नेटवर्क केलेले पर्यावरण ड. जागतिक वातावरण

२. _____ हे कंपनीला तिचा माल आणि सेवा तयार करण्यासाठी आवश्यक संसाधने
पुरवतात.

अ.स्पर्धक नेटवर्क ब. विपणन मध्यस्थ क. पुरवठादार ड. सेवा प्रतिनिधी

३. विपणन ही एक प्रक्रिया आहे ज्याचा उद्देश _____ आहे.

अ. उत्पादन ब. नफा कमावणारा. क. ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करणे ड. उत्पादने विक्री

४. स्पर्धात्मक स्थितीनुसार, बाजार अनुयायी यांचे धोरणात्मकरित्या मुख्य लक्ष _____ कडे
असते.

अ. एकाधिक निचिंग ब. समोरून आघात करणे क. बाजारपेठीय हिस्सा वाढवणे ड. अनुसरण
करणे

५. ग्राहक संचालित विपणन धोरण हे _____ चे दुसरे नाव आहे.

अ. विक्री संकल्पना ब. विपणन संकल्पना क. उत्पादनाची संकल्पना ड. सामाजिक विपणन

संकल्पना

6. ग्राहकाची गरज पूर्ण करण्यासाठी किंवा हवी असलेली कोणतीही वस्तू किंवा सेवा पुरवठा म्हणजेच _____ होय.

अ. उत्पादन ब. वेगवान क. पोझिशनिंग ड. किंमत

7. "उत्पादन" हा शब्द _____ शब्दापासून तयार झाला आहे.

अ. लॅटिन ब. ग्रीक क. फ्रेंच ड. जर्मन

8. फिलिप कोटलरने _____ उत्पादन स्तर प्रस्तावित केले आहेत.

अ. पाच ब. चार क. तीन ड. दोन

9. _____ हे वस्तू आणि सेवांचे विनिमय मूल्य आहे.

अ. किंमत ब. जागा क. उत्पादन ड. जाहिरात

10. _____ किंमत पद्धती अंतर्गत उत्पादन बाजारात आणताना कंपनीकडून कमी किंमत आकारली जाते.

अ. स्किमिंग ब. प्रवेशात्मक क. एक समान ड. बाजाराभिमुख मूल्य धोरण

11. _____ हा किंमतीवर परिणाम करणारा अंतर्गत घटक आहे.

अ. ग्राहक ब. प्रतिष्ठा क. सरकारी धोरण ड. मध्यस्थ सहभागीता

12. कंपनीच्या विक्री किंमतीवर विशिष्ट टक्केवारी आकारून _____ ची गणना केली जाते.

अ. मूल्य - अधिक किंमत ब. मार्कअप किंमत क. गुंतवणुकीवर परतावा ड. ब्रेक इवन किंमत.

प्र. १ ब. खालील विधाने सत्य किंवा असत्य आहेत हे सांगा : (कोणतेही १०)

1. ज्ञान हस्तांतरण हा राजकीय वातावरणाचा एक भाग आहे.

2. कंपनीचे सूक्ष्म वातावरणावर नियंत्रण नसते.
3. भारतीय लोकसंख्येत ४० टक्के पेक्षा कमी मध्यमवर्गाचा समावेश असल्याचा अंदाज आहे.
4. मायकेल पोर्टरने अधिक ग्राहक मूल्य निर्माण करण्याचे मार्ग ओळखण्यासाठी साधन म्हणून मूल्य शृंखला प्रस्तावित केली आहे.
5. स्पर्धात्मक फायदा अखेरीस कंपनीने "अक्टिव्हिटी सिस्टीम" मध्ये योग्यपणे एकमेकांशी जोडलेल्या त्याच्या मुख्य क्षमता आणि विशिष्ट क्षमता किती चांगल्या प्रकारे बसवल्या आहेत यावरून प्राप्त होतो.
6. वाढीचा टप्पा हा उत्पादनाच्या जीवन चक्रातील पहिला टप्पा आहे.
7. कंपनी सर्व उत्पादनांसाठी समान विपणन मिश्रण स्वीकारते.
8. ब्रेक-इव्हन किंमतीच्या बाबतीत विक्री किंमत उत्पादनाच्या खर्चापेक्षा जास्त असते.
9. बाजारात टिकून राहण्यासाठी कंपनी सामान्यतः त्याच्या वस्तू आणि सेवांसाठी जास्त किंमत आकारते.
10. उत्पादनाची किंमत ठरवण्यासाठी केवळ बाह्य घटकांचा विचार करणे आवश्यक आहे.
11. व्यवसाय युनिटच्या धोरणात्मक नियोजन प्रक्रियेतील पहिली पायरी म्हणजे कार्यक्रम तयार करणे.
12. विपणन मिश्रणातील इतर सर्व घटकांवरील निर्णय उत्पादनावर अवलंबून असतात.

प्र.२ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या:

१५

- अ. विपणन व्यवस्थापन म्हणजे काय? विपणन व्यवस्थापनाचे महत्त्व स्पष्ट करा.
- ब. आंतरराष्ट्रीय विपणन वातावरण स्पष्ट करा.

किंवा

- अ. स्थूल पर्यावरणीय घटकांबद्दल चर्चा करा.
- ब. वाढत्या मध्यमवर्गावर टीप लिहा.

- प्र.३ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या: १५
- अ. विपणन धोरणाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
- ब. स्वाट विश्लेषणाबद्दल तपशीलवार लिहा.
- किंवा
- अ. धोरणात्मक विपणन नियोजन प्रक्रियेतील विविध टप्पे कोणते आहेत?
- ब. भिन्नतेच्या संकल्पनेबद्दल तपशीलवार लिहा.
- प्र.४ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या: १५
- अ. उत्पादनांच्या वर्गीकरणाबद्दल तपशीलवार लिहा.
- ब. उत्पादनाच्या स्थितीचे महत्त्व तपशीलवार सांगा.
- किंवा
- अ. उत्पादनाच्या जीवन चक्राच्या परिचयाच्या टप्प्याच्या वैशिष्ट्यांबद्दल तपशीलवार लिहा.
- ब. उत्पादन स्थान निश्चितीमध्ये कोणते विविध टप्पे समाविष्ट आहेत?
- प्र.५ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या: १५
- अ. किंमतीच्या विविध उद्दिष्टांचे वर्णन करा.
- ब. किंमत धोरणांवर टीप लिहा.
- किंवा
- अ. उत्पादनाची किंमत ठरवण्याच्या चरणांवर टीप लिहा.
- ब. किंमतीची बाजारभिमुख पद्धत तपशीलवार सांगा.
- प्र.६ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या: २०
- अ. विपणनाची व्याख्या करा. विपणन व्यवस्थापनाची कार्ये स्पष्ट करा.
- ब. किंमतीच्या निर्णयावर परिणाम करणाऱ्या घटकांची तपशीलवार चर्चा करा.
- किंवा
- प्र.६ टीपा लिहा (कोणतेही ४) २०
- अ. भारतातील उदयोन्मुख विपणनाच्या संधी
- ब. मायकेल पोर्टरचे फाइव्ह फोर्स मॉडेल

क. उत्पादन पातळी

ड. वस्तूचे जीवनचक्र

इ. किंमतीच्या खर्चाभिमुख पद्धती

फ. सूक्ष्म पर्यावरणीय घटक