

[Time:3.00 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. _____ starts with determining consumer wants and ends with the satisfaction of those wants.
a) Marketing b) Product c) Selling d) Societal
2. _____ environment studies human population with reference to its size, density, distribution, etc.
a) Economic b) Demographic c) Political d) Commercial
3. The key term in the American Marketing Association's definition of marketing is _____.
a) Activity b) Sales c) Product d) Value
4. A _____ is a need that stimulates a person to act in a particular way.
a) Motive b) Market c) Segment d) tool
5. Marketing strategy is _____ oriented.
a) Present b) Past c) Historical decision d) Future
6. Marketing Strategy is _____ - dimensional.
a) one b) two c) three d) multi
7. Most of the published thinking on competitive strategy is in the area of _____.
a) Finance b) Marketing c) Human Resource d) Production
8. A _____ is an assurance given by a manufacturer to the buyers that they would be compensated in case the product does not perform up to reasonable expectations.

- a) Quality b) Warranty c) Colour d) Design
9. In _____ pricing strategy company charge similar for all market both rural and urban market.
- a) Skimming pricing strategy b) Penetration pricing strategy c) Uniform pricing strategy d) Psychological pricing strategy
10. Price is the only element in the marketing mix that produces _____.
- a) Fixed cost b) Expense c) Variable cost d) Revenue
11. In _____ company may not focus on long-run performance by ignoring the impact of other marketing mix variables.
- a) Survival b) Maximum current profit c) Maximum market share d) Competition
12. Color and size of the product, brand and packaging are considered as _____.
- a) Chemical features of product b) Physical features of product c) Product designing d) Product manufacture

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

10

- 1 The financial crisis across the globe is an example of macro-environmental force
- 2 Indian middle class it is estimated that middle class consist of less than 40 percent of the population.
- 3 The marketing plan should open with a brief summary of the main goals and recommendations. This is called a situation analysis.
- 4 The first step in the business unit strategic planning process is program formulation.
- 5 Competitive advantage ultimately derives from how well the company has fitted its core competencies and distinctive capabilities into tightly interlocking "activity systems."
- 6 Consumer products are those, which are used by the customer for consumption or for household use.
- 7 Potential Product, the very amazing features that exceed the customer expectation, totally.
- 8 The relation between demand and price is inverse.
- 9 In order to survive in the market company generally charge high price for its goods and services.
- 10 A company adopts the same marketing mix for all products.
- 11 To determine price of the product only external factors need to be consider.
- 12 In going rate pricing company follow the pricing strategy used by its competitors.

Q.2

Answer the following

- A What are emerging marketing opportunities in India?

8

B What are different Macro environment factor of Marketing Management? 7
OR

A What are the importance of Marketing Management? 8

B What are the different functions of Marketing Management? 7

Q.3 Answer the following

A What is strategic management? Explain the steps in Strategic Marketing Planning Process. 8

B What are different Competitive Strategy with Hard Differentiators? 7

OR

A Explain the features of Marketing strategy. 8

B Explain Michael Porter's five forces model. 7

Q.4 Answer the following

A What is Product Positioning? Explain the steps in product positioning. 8

B What are the different features of Growth stage of product lifecycle? 7

OR

A What are the different features of Maturity stage of product lifecycle? 8

B What are the different classification of product? 7

Q.5 Answer the following

A What are the different objectives of pricing? 8

B What are different external factors affecting pricing decision? 7

OR

A What are the Cost oriented methods of pricing? 8

B Explain the Skimming and Penetration pricing strategy. 7

Q.6 Answer the following

A What are different internal factor affecting pricing decision? 10

B Discuss in detail about different Product levels or Customer Value Hierarchy 10

OR

Q.6 Write short notes on ANY FOUR of the following: 20

A Micro environment factor

B SWOT analysis

C Differential Pricing Strategy

D Market oriented method of pricing

E Introduction stage of product lifecycle

F Importance of Product positioning

[वेळ: ३ तास]

[गुण:१००]

कृपया तुम्हाला योग्य प्रश्नपत्रिका मिळाली आहे का ते तपासा.

सूचना:

१ सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२. उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.

३. प्रादेशिक भाषेत उत्तर देणाऱ्या विद्यार्थ्यांनी शंका असल्यास पेपरच्या मुख्य मजकुराचा इंग्रजीमध्ये संदर्भ द्यावा.

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

१०

१ _____ हे ग्राहकांच्या इच्छा निर्धारित करण्यापासून सुरु होते आणि त्या इच्छांच्या समाधानाने समाप्त होते.

अ) विपणन ब) उत्पादन क) विक्री ड) सामाजिक

२ _____ पर्यावरण मानवी लोकसंख्येचा आकार, घनता, वितरण इत्यादींच्या संदर्भात अभ्यास करते.

अ) आर्थिक ब) लोकसंख्याशास्त्रीय क) राजकीय ड) व्यावसायिक

३ अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशनच्या विपणनच्या व्याख्येतील मुख्य शब्द _____ आहे.

अ) क्रियाकलाप ब) विक्री क) उत्पादन ड) मूल्य

४ _____ ही एक गरज आहे जी एखाद्या व्यक्तीला विशिष्ट प्रकारे कार्य करण्यास उत्तेजित करते.

अ) हेतू ब) बाजार क) विभाग ड) साधन

५ विपणन धोरण _____ भिमुख आहे.

अ) उपस्थित ब) भूतकाळ क) ऐतिहासिक निर्णय ड) भविष्य

६ विपणन धोरण _____ आयामी आहे.

अ) एक ब) दोन क) तीन ड) अनेक

७ स्पर्धात्मक रणनीतीवरील बहुतेक प्रकाशित विचार _____ च्या क्षेत्रात आहेत.

अ) वित्त ब) विपणन क) मानव संसाधन ड) उत्पादन

८ _____ हे उत्पादकाने खरेदीदारांना दिलेले आश्वासन आहे की, उत्पादन वाजवी अपेक्षेनुसार कार्य करत नसल्यास त्यांना भरपाई दिली जाईल.

अ) गुणवत्ता ब) हमी क) रंग ड) रचना

9 _____ मध्ये किंमत धोरण कंपनी सर्व बाजारासाठी ग्रामीण आणि शहरी दोन्ही बाजारांसाठी समान शुल्क आकारते.

अ) स्किमिंग किंमत धोरण ब) प्रवेश किंमत धोरण क) समान किंमत धोरण ड) मानसशास्त्रीय किंमत धोरण

10 विपणन मिश्रणा मध्ये किंमत हा एकमेव घटक आहे जो _____ तयार करतो.

अ) निश्चित खर्च ब) खर्च क) बदलणारा खर्च ड) महसूल

11 _____ मध्ये कंपनी इतर विपणन मिश्रण चालांच्या प्रभावाकडे दुर्लक्ष करून दीर्घकालीन कामगिरीवर लक्ष केंद्रित करू शकत नाही.

अ) जगण्याची ब) कमाल वर्तमान नफा क) जास्तीत जास्त बाजार शेअर ड) स्पर्धा

12 उत्पादनाचा रंग, आकार, ब्रँड आणि वेष्टन _____ असे मानले जाते.

अ) उत्पादनाची रासायनिक वैशिष्ट्ये ब) उत्पादनाची भौतिक वैशिष्ट्ये क) उत्पादन आकृतीबंध ड) उत्पादन निर्मिती

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

१०

- 1 जगभरातील आर्थिक संकट हे स्थूल-पर्यावरणीय शक्तीचे उदाहरण आहे
- 2 भारतीय मध्यमवर्गीय लोकसंख्येच्या ४० टक्के पेक्षा कमी मध्यमवर्गाचा समावेश असल्याचा अंदाज आहे.
- 3 विपणन योजना मुख्य उद्दिष्टे आणि शिफारसींच्या संक्षिप्त सारांशाने उघडणे, यास परिस्थितीचे विश्लेषण म्हणतात.
- 4 व्यवसाय युनिटच्या धोरणात्मक नियोजन प्रक्रियेतील पहिली पायरी म्हणजे कार्यक्रम तयार करणे.
- 5 स्पर्धात्मक फायदा अखेरीस कंपनीने "ऑक्टिव्हिटी सिस्टीम" मध्ये योग्य आंतर बांधणे त्याच्या मुख्य क्षमता आणि विशिष्ट क्षमता किती चांगल्या प्रकारे स्पष्ट केल्या आहेत यावरून प्राप्त होतो.
- 6 ग्राहक उत्पादने अशी आहेत, जी ग्राहक स्वतः वापरासाठी किंवा घरगुती वापरासाठी वापरतात.
- 7 संभाव्य उत्पादन, अतिशय आश्चर्यकारक वैशिष्ट्ये युक्त जी ग्राहकांच्या अपेक्षेपेक्षा पूर्णपणे जास्त आहेत.
- 8 मागणी आणि किंमत यांच्यातील संबंध व्यस्त आहे.
- 9 बाजारात टिकून राहण्यासाठी कंपनी सामान्यतः त्याच्या वस्तू आणि सेवांसाठी जास्त किंमत आकारते.
- 10 कंपनी सर्व उत्पादनांसाठी समान विपणन मिश्रण स्वीकारते.
- 11 उत्पादनाची किंमत ठरवण्यासाठी केवळ बाह्य घटकांचा विचार करणे आवश्यक आहे.
- 12 चालू दरातील किंमत कंपनी त्यांच्या प्रतिस्पर्ध्यांनी वापरलेल्या किंमत धोरणाचे अनुसरण करते.

- प्र.२ **खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या**
- अ. भारतात विकसनशील विपणन संधी कोणत्या आहेत? [०८]
- ब. विपणन व्यवस्थापनाचे विविध स्थूल पर्यावरणीय घटक कोणते आहेत? [०७]
- किंवा**
- अ. विपणन व्यवस्थापनाचे महत्त्व काय आहे? [०८]
- ब. विपणन व्यवस्थापनाची विविध कार्ये कोणती आहेत? [०७]
- प्र ३ **खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या**
- अ. धोरणात्मक व्यवस्थापन म्हणजे काय? धोरणात्मक व्यवस्थापन नियोजन प्रक्रियेतील पायऱ्या स्पष्ट करा. [०८]
- ब. भक्कम विभेदीकरणासह भिन्न स्पर्धात्मक धोरणे कोणती आहेत? [०७]
- किंवा**
- अ. विपणन धोरणाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. [०८]
- ब. मायकेल पोर्टरचे पाच बलांचे प्रारूप स्पष्ट करा. [०७]
- प्र ४ **खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या**
- अ. उत्पादन स्थिती म्हणजे काय? उत्पादनाच्या स्थितीतील पायऱ्या स्पष्ट करा. [०८]
- ब. उत्पादनाच्या जीवनचक्राच्या वाढीच्या अवस्थेची विविध वैशिष्ट्ये कोणती आहेत? [०७]
- किंवा**
- अ. उत्पादनाच्या जीवनचक्राच्या परिपक्वता अवस्थेची विविध वैशिष्ट्ये कोणती आहेत? [०८]
- ब. उत्पादनाचे वेगवेगळे वर्गीकरण काय आहे? [०७]
- प्र ५ **खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या**
- अ. किमतीची वेगवेगळी उद्दिष्टे कोणती आहेत? [०८]
- ब. किंमत निर्णयावर परिणाम करणारे विविध बाह्य घटक कोणते आहेत? [०७]
- किंवा**
- अ. किमतीच्या खर्चाभिमुख पद्धती कोणत्या आहेत? [०८]
- ब. स्किमिंग आणि पेनिट्रेशन किंमत धोरण स्पष्ट करा. [०७]
- प्र ६ **खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या**
- अ. किंमत निर्णयावर परिणाम करणारे भिन्न अंतर्गत घटक कोणते आहेत? [१०]
- ब. विविध उत्पादन स्तर किंवा ग्राहक मूल्य श्रेणीबद्धतेबद्दल तपशीलवार चर्चा करा [१०]

किंवा

प्र 6 टीपा लिहा (कोणत्याही चार) (प्रत्येकी 5 गुण)

[२०]

- अ. सूक्ष्म पर्यावरण घटक
- ब. स्वाट विश्लेषण
- क. विभेदक किंमत धोरण
- ड. बाजाराभिमुख किंमतीची पद्धत
- इ. उत्पादनाच्या जीवनचक्राचा परिचय टप्पा
- फ. उत्पादन स्थितीचे महत्त्व