

Duration -3 Hrs.

Marks: 100

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

- Q.1 A Choose the correct answer from the options given below (Any 10) 10
- The _____ concept is consumer oriented concept.
 - Exchange
 - Production
 - Selling
 - Marketing
 - _____ data is the first hand information collected for Research.
 - Primary
 - Secondary
 - Ordinary
 - Outdated
 - _____ is a process of dividing the total market into small parts in order to conquer them.
 - Marketing Research
 - Marketing Mix
 - Marketing information system
 - Market Segmentation
 - During _____ stage of the Product Life Cycle, there is an increase in the sales, profit and market share of a firm.
 - Introductory
 - Growth
 - Maturity
 - Decline
 - _____ refers to protective covering used for transportation of goods.
 - Branding
 - Positioning
 - Segmenting
 - Packing
 - In _____ pricing strategy, prices are charged high during initial stages and gradually reduced over a period of time.
 - Penetration
 - Skimming
 - Flexible
 - Psychological
 - A _____ marketing system is a distribution channel arrangement whereby two or more firms at the same level join together for marketing purpose.
 - Horizontal
 - Vertical
 - Multi-channel
 - Multi-level
 - Integrated Marketing Communication is a _____ activity.
 - One-time
 - Fixed
 - Continuous
 - Rigid
 - _____ is not a component of Sales Management.
 - Sales planning
 - Training sales staff
 - motivating sales staff
 - Dividend policy
 - The term 'Ethics' is taken from a _____ word 'Ethos'.
 - Chinese
 - Latin
 - Greek
 - French
 - _____ is used in rural marketing for promotion.
 - Internet
 - website
 - Puppet show
 - Artificial Intelligence
 - _____ is not a challenge for marketing manager in 21st Century.
 - Use of social media
 - Technology boom
 - Compressed Product life cycle
 - Local market

- Q.1 A State whether following statements are True or False (Any 10) 10
1. Traditional Marketing gives more importance to profit maximization.
 2. Marketing Research is a continuous process.
 3. Consumer Behaviour is influenced only by personal factors.
 4. Marketing mix is a dynamic concept.
 5. Product positioning can be done only by emphasizing its benefits.
 6. Bargaining is possible in flexible pricing strategy.
 7. The concept of Supply Chain Management is wider as compared to logistics.
 8. Advertising is unpaid form of communication.
 9. Sales management and Marketing management are synonymous.
 10. Unethical practices should be avoided in marketing.
 11. Marketing strategies can be same in urban and rural markets.
 12. Unique Selling Proposition is one of the reason for success of a brand.
- Q. 2 Answer the following questions (Any 2) 15
- 1 What is Marketing? Explain its Features.
 - 2 What is Marketing Information System (MIS)? Discuss its components.
 - 3 Explain the bases of Market Segmentation.
- Q. 3 Answer the following questions (Any 2) 15
- 1 What is Branding? Discuss its Components.
 - 2 Explain the importance of Service Positioning.
 - 3 Discuss the factors influencing Pricing.
- Q. 4 Answer the following questions (Any 2) 15
- 1 Explain Traditional Channels of Distribution.
 - 2 What is Promotion? Discuss its Elements.
 - 3 Explain the skill sets required for Effective Selling.
- Q. 5 Answer the following questions (Any 2) 15
- 1 Explain the General Role of Consumer Organisations.
 - 2 What is Digital Marketing? Discuss its trends.
 - 3 Discuss the reasons for failure of Brands in India with suitable examples.
- Q.6 Write Short Notes (Any 4) 20
- 1 Importance of Marketing
 - 2 Customer Relationship Management
 - 3 Essentials of good package
 - 4 Components of Supply Chain Management
 - 5 Green Marketing
 - 6 Career in Marketing
-

वेळ-०३ तास

गुण-१००

सुचना : १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२. उजवीकडील अंक प्रश्नांचे गुण दर्शवितात

प्र.क्र.१(अ) योग्य पर्याय निवडून गाळलेल्या जागा भरा (कोणत्याही दहा)

१०

१. _____ ही संकल्पना ग्राहकाभिमुख संकल्पना आहे.
अ) विनिमय ब) उत्पादन क) विक्री ड) विपणन
२. _____ माहिती; ही संशोधनासाठी गोळा केलेली प्रथम माहिती आहे.
अ) प्राथमिक ब) माध्यमिक क) सामान्य ड) कालबाह्य
३. _____ ही एकूण बाजारपेठेवर विजय मिळवण्यासाठी लहान भागांमध्ये विभागण्याची प्रक्रिया आहे.
अ) विपणन संशोधन ब) विपणन मिश्र क) विपणन माहिती प्रणाली ड) बाजार विभाजन
४. उत्पादन जीवन चक्राच्या _____ अवस्थेदरम्यान, फर्मची विक्री, नफा आणि बाजारातील हिस्सा वाढतो.
अ) प्रास्ताविक ब) वाढ क) परिपक्वता ड) नकार
५. _____ म्हणजे वस्तूच्या वाहतुकीसाठी वापरले जाणारे संरक्षणात्मक आवरण.
अ) मुद्रा कार्य ब) स्थाननिर्मिती क) विभागणी ड) पॅकिंग/वेष्टन
६. _____ किमतीच्या धोरणामध्ये, सुरुवातीच्या टप्प्यात किमती जास्त आकारल्या जातात आणि कालांतराने हळूहळू कमी केल्या जातात.
अ) प्रवेश ब) स्किमिंग/मलई क) लवचिक ड) मानसशास्त्रीय
७. _____ विपणन प्रणाली ही एक वितरण साखळी व्यवस्था आहे ज्याद्वारे एकाच स्तरावर दोन किंवा अधिक कंपन्या विपणन उद्देशाने एकत्र येतात.
अ) क्षेत्रीय ब) उभ्या क) बहु-साखळी ड) बहु स्तरीय
८. एकात्मिक विपणन संप्रेषण ही एक _____ क्रिया आहे.
अ) एक वेळ ब) निश्चित क) सतत ड) अलवचिक
९. _____ हा विक्री व्यवस्थापनाचा घटक नाही.
अ) विक्री नियोजन ब) विक्री कर्मचारी प्रशिक्षण क) विक्री कर्मचाऱ्यांना प्रेरित करणे ड) लाभांश धोरण
१०. 'एथिक्स' हा शब्द 'इथोस' या _____ शब्दा पासून घेतला आहे.
अ) चिनी ब) लॅटिन क) ग्रीक ड) फ्रेंच
११. _____ ग्रामीण विपणनामध्ये प्रचारासाठी वापरला जातो.
अ) इंटरनेट ब) वेबसाइट क) पपेट शो ड) कृत्रिम बुद्धिमत्ता

१२. 21 व्या शतकात मार्केटिंग मॅनेजरसाठी _____ हे आव्हान नाही.
 अ) सोशल मीडियाचा वापर ब) तंत्रज्ञानाची भरभराट क) संकुचित उत्पादन जीवन चक्र
 ड) स्थानिक बाजारपेठ

- प्र.क्र.१(ब) खालील विधाने चूक कि बरोबर ते सांगा (कोणतेही दहा) १०
१. पारंपरिक विपणन नफा वाढविण्याला अधिक महत्त्व देते.
 २. विपणन संशोधन ही निरंतर प्रक्रिया आहे.
 ३. ग्राहकांच्या वर्तनावर केवळ वैयक्तिक घटकांचा प्रभाव पडतो.
 ४. विपणन मिश्र ही एक परिवर्तनशील संकल्पना आहे.
 ५. उत्पादनाची स्थिती केवळ त्याच्या फायद्यांवर जोर देऊन केली जाऊ शकते.
 ६. लवचिक किंमत धोरणात सौदेबाजी करणे शक्य आहे.
 ७. लॉजिस्टिकच्या तुलनेत पुरवठा साखळी व्यवस्थापनाची संकल्पना व्यापक आहे.
 ८. जाहिराती हा संप्रेषणाचा एक मोफत प्रकार आहे.
 ९. विक्री व्यवस्थापन आणि विपणन व्यवस्थापन समानार्थी आहेत.
 १०. विपणनामध्ये अनैतिक प्रथा टाळल्या पाहिजेत.
 ११. शहरी आणि ग्रामीण बाजारपेठांमध्ये विपणन धोरणे समान असू शकतात.
 १२. विशेष/अद्वितीय विक्री प्रस्ताव हे ब्रँडच्या यशाचे एक कारण आहे.

- प्र.क्र.२ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
१. विपणन म्हणजे काय? त्याची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
 २. विपणन माहिती प्रणाली (MIS) म्हणजे काय? त्यातील घटकांची चर्चा करा.
 ३. बाजार विभागणी (मार्केट सेगमेंटेशन) चे आधार घटक स्पष्ट करा.

- प्र.क्र.३ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
१. ब्रँडिंग/ मुद्राकार्य म्हणजे काय? त्याच्या घटकांवर चर्चा करा.
 २. सेवा स्थान निर्मिती (सर्व्हिस पोजिशनिंग) चे महत्त्व स्पष्ट करा.
 ३. किंमतीवर परिणाम करणाऱ्या घटकांची चर्चा करा.

- प्र.क्र.४ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
१. वितरणाचे पारंपारिक चॅनेल/ साखळी स्पष्ट करा.
 २. विक्रय वृद्धी चालना (प्रमोशन) म्हणजे काय? त्याच्या घटकांची चर्चा करा.
 ३. प्रभावी विक्रीसाठी आवश्यक कौशल्य संच स्पष्ट करा.

प्र.क्र.५ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा

१५

१. ग्राहक संस्थांची सर्वसाधारण भूमिका स्पष्ट करा.
२. डिजिटल मार्केटिंग म्हणजे काय? त्याच्या प्रवाहावर चर्चा करा.
३. भारतातील ब्रँड्सच्या अपयशाच्या कारणांची योग्य उदाहरणांसह चर्चा करा.

प्र.क्र.६ थोडक्यात टिप लिहा (कोणत्याही चार)

२०

१. विपणनाचे महत्त्व
 २. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन
 ३. चांगल्या पॅकेजच्या/ वेष्टणाच्या आवश्यक गोष्टी
 ४. पुरवठा साखळी व्यवस्थापनाचे घटक
 ५. ग्रीन/ हरित विपणन
 ६. विपणनातील करिअर
-