

[Type here]

**BUSINESS MANAGEMENT: MARKETING MANAGEMENT QP CODE: 00003847**

**Time: 3 hours**

**Marks:100**

**Please check whether you have got the right question paper.**

**N.B. 1. All questions are compulsory.**

**2. Figures to the right indicate full marks.**

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

1. \_\_\_\_\_ is link between producer and retailer.  
a. Wholesaler b. Retailer c. Exporter d. Importer
2. \_\_\_\_\_ of customer is primary motive of every company or manufacture.  
a. Satisfaction b. Likes b. Dissatisfaction d. Changing preferences
3. \_\_\_\_\_ includes various activities such as receiving orders, recording of orders, keeping track of orders, handling etc.  
a. Network Design b. Order Processing c. Procurement d. Material Handling
4. \_\_\_\_\_ includes all the activities the company undertakes to communicate and promote its products to the target market.  
a. Publicity b. Sales Promotion c. Promotion d. Advertising
5. \_\_\_\_\_ is any paid form of non-personal presentation and promotion of goods and services.  
a. Advertising b. Personal Selling c. Publicity d. Direct Marketing
6. The Company prefers to curb the expenses in \_\_\_\_\_ stage of the product life cycle.  
a. Introduction b. Growth c. Maturity d. Decline
7. \_\_\_\_\_ activity would vary across high involvement consumers viz low involvement customers.  
a. Information Processing b. Information Transmission c. Purchase Decision d. Post Purchase Behavior
8. \_\_\_\_\_ Characterized by high consumer involvement and significant differences between brands.  
a. Complex buying behavior b. Dissonance-reducing buying behavior c. Habitual buying behavior d. Variety-seeking buying behavior
9. Groceries fall into category of \_\_\_\_\_ buying behavior.  
a. Habitual buying behavior b. Dissonance-reducing buying behavior c. Complex buying behavior d. Variety-seeking buying behavior
10. Services are perishable because they cannot be \_\_\_\_\_.  
a. Sold b. Provided c. Stored d. Seen
11. \_\_\_\_\_ are referred as an actual procedure, mechanism and flow of activities by which, the service is delivered the service delivery and operating systems.  
a. Physical Evidence b. People c. Promotion d. Price
12. Gap analysis model of service quality was developed by Parasuraman, A. et al. in the year \_\_\_\_\_.  
a. 2002 b. 1958 c. 1985 d. 1991

**(B) State whether the following statements are True or False: (Any ten) (10)**

1. E marketing totally depends upon the internet access.
2. Transportation not important components of logistic management.
3. Inbound activities of logistic management deals with effectively procurement of materials and other input from its suppliers to the location where manufacturing activities take place.
4. The marketers try to build a favorable image in the market by creating relations with the general public
5. A key communication objective is to motivate customers to buy.
6. Product is only consumable and necessity product, or may be luxurious product that affects selection of promotion tools and media.
7. Consumer involvement affects the ways in which consumers seek, process, and transmit information, make purchase decisions and make post purchase evaluation.

[Type here]

**BUSINESS MANAGEMENT: MARKETING MANAGEMENT QP CODE: 00003847**

8. The time between buying decision of a product or service and the actual purchase may not vary based on the operational requirement.
9. Most regularly demonstrated kind of buying behavior is Variety-seeking buying behavior.
10. The term heterogeneity describes the similar service offerings.
11. Demand of services is difficult to predict.
12. Service is an act or performance offered by one party to another.

**Q.2 Answer the following questions (Any two) (15)**

1. How do global logistics and distribution challenges influence the decision-making process for companies expanding internationally?
2. How does e-commerce and the rise of online shopping impact traditional distribution models?
3. In what ways can a well-designed distribution strategy contribute to building brand loyalty and customer retention?

**Q.3 Answer the following questions (Any two) (15)**

1. How does consumer behavior influence the design and implementation of an integrated marketing communication strategy?
2. In what ways can promotions contribute to building and enhancing brand awareness?
3. Can you elaborate on the role of advertising in promotion and its impact on consumer behavior?

**Q.4 Answer the following questions (Any two) (15)**

1. How do personal factors such as lifestyle and personality traits contribute to variations in buyer behavior?
2. What are the diverse elements that influence the buying behavior of organizations?
3. What characterizes high involvement products, and how do they differ from low involvement products in terms of consumer decision-making?

**Q.5 Answer the following questions (Any two) (15)**

1. How do businesses balance the various dimensions of service quality to create a comprehensive and positive customer experience?
2. What are the measures to increase the productivity of the employees?
3. What challenges do companies face in distributing products in rural areas?

**Q.6 Write Short Notes (Any Four) (20)**

1. Social and Culture Factors
2. Service Quality
3. Advertising and Trade Fairs
4. Digital Marketing
5. Any 2 Channels of Distribution
6. Company related factors channel of distribution

[Type here]

BUSINESS MANAGEMENT: MARKETING MANAGEMENT QP CODE: 00003847

**प्र.१. (अ) खालील पर्यायांमधून सर्वात योग्य उत्तर निवडा: (कोणतेही दहा) (१०)**

1. \_\_\_\_\_ हा निर्माता आणि किरकोळ विक्रेता यांच्यातील दुवा आहे.  
a घाऊक विक्रेते बी. किरकोळ विक्रेता सी. निर्यातदार डी. आयातदार
2. ग्राहक \_\_\_\_\_ हा प्रत्येक कंपनी किंवा उत्पादनाचा प्राथमिक हेतू असतो.  
a समाधान बी. आवडी ब. असंतोष डी. प्राधान्य बदलणे
3. \_\_\_\_\_ मध्ये मागणी प्राप्त करणे, मागणी नोंद करणे, मागणीचा पाठपुरावा करणे, हाताळणे इत्यादी विविध क्रियाकलापांचा समावेश होतो.  
a नेटवर्क डिझाइन b. मागणी प्रक्रिया सी. खरेदी डी. साहित्य हाताळणी
4. \_\_\_\_\_ मध्ये कंपनीने आपल्या उत्पादनांचा लक्ष्य बाजारपेठेत संपर्क आणि प्रचार करण्यासाठी केलेल्या सर्व क्रियाकलापांचा समावेश होतो.  
a प्रसिद्धी बी. विक्री प्रोत्साहन c. प्रचार डी. जाहिरात
5. \_\_\_\_\_ हा कोणत्याही गैर-वैयक्तिक सादरीकरणाचा आणि वस्तू आणि सेवांच्या जाहिरातीचा सशुल्क प्रकार आहे.  
a जाहिरात बी. वैयक्तिक विक्री c. प्रसिद्धी डी. थेट विपणन
6. कंपनी उत्पादन जीवनचक्राच्या \_\_\_\_\_ अवस्थेतील खर्चावर अंकुश ठेवण्यास प्राधान्य देते.  
a सुरवात/ ओळख बी. वाढ सी. परिपक्वता डी. व्यय
7. \_\_\_\_\_ ही क्रिया उच्च सहभागी ग्राहकांमध्ये आणि कमी सहभाग असलेल्या ग्राहकांमध्ये बदलते.  
a माहिती प्रक्रिया बी. माहिती प्रसारण c. खरेदीचा निर्णय डी. खरेदीनंतरचे वर्तन
8. \_\_\_\_\_ हे उच्च ग्राहक सहभाग आणि ब्रँडमधील महत्त्वपूर्ण फरकांद्वारे वैशिष्ट्यीकृत असते.  
a जटिल खरेदी वर्तन ब. विसंगती-कमी खरेदी वर्तन c. खरेदीची सवय d. वैविध्यपूर्ण खरेदी व्यवहार
9. किराणा माल \_\_\_\_\_ खरेदी व्यवहाराच्या श्रेणीत येतो.  
a खरेदीची सवय वर्तन ब. विसंगती-कमी खरेदी वर्तन c. जटिल खरेदी वर्तन डी. वैविध्यपूर्ण खरेदी व्यवहार
10. सेवा नाशवंत आहेत कारण त्या \_\_\_\_\_ असू शकत नाहीत.  
a विकले ब. प्रदान केलेले सी. संग्रहित डी. दृष्य
11. \_\_\_\_\_ ही एक वास्तविक प्रक्रिया, यंत्रणा आणि क्रियांचा प्रवाह म्हणून संबोधली जाते आणि सेवा वितरण आणि कार्यप्रणालीद्वारे सेवा प्रदान केली जाते  
a भौतिक पुरावा b. लोक ग. पदोन्नती डी. किंमत
12. सेवा गुणवत्तेचे अंतर विश्लेषण प्रारूप परशुरामन, ए. आणि इतर यांनी विकसित केले होते. या वर्षात \_\_\_\_\_.  
a 2002 ब. 1958 इ.स. 1985 दि. 1991

**(ब) खालील विधाने सत्य आहेत की असत्य आहेत हे सांगा: (कोणतेही दहा) (१०)**

1. ई-विपणन पूर्णपणे इंटरनेट उपलब्धतेवर अवलंबून असते.
2. वाहतूक हा लॉजिस्टिक व्यवस्थापनाचा महत्वाचे घटक नाही.
3. लॉजिस्टिक व्यवस्थापनाच्या अंतर्गामी क्रिया ज्या ठिकाणी उत्पादन क्रिया होतात त्या ठिकाणी पुरवठादारांकडून साहित्य आणि इतर बाबींची प्रभावीपणे खरेदी करणे याच्याशी संबंधित असतात.
4. विपणक सामान्य लोकांशी संबंध निर्माण करून बाजारपेठेत अनुकूल प्रतिमा निर्माण करण्याचा प्रयत्न करतात.
5. ग्राहकांना खरेदी करण्यास प्रवृत्त करणे हे संवादाचे मुख्य उद्दिष्ट आहे.
6. उत्पादन हे केवळ उपभोग्य आणि आवश्यक उत्पादन किंवा महागडे/विलासी उत्पादन असू शकते जे जाहिरात साधने आणि माध्यमांच्या निवडीवर परिणाम करते.
7. ग्राहक सहभागामुळे माहिती शोधणे, त्यावर प्रक्रिया आणि प्रसारण करणे, खरेदीचे निर्णय घेणे आणि खरेदीनंतरचे मूल्यांकन करणे अशा बाबी प्रभावित होतात.
8. एखादे उत्पादन किंवा सेवा खरेदी करण्याचा निर्णय आणि प्रत्यक्ष खरेदी दरम्यानचा कालावधी संचालन आवश्यकतेनुसार बदलू शकत नाही.
9. सर्वाधिक नियमितपणे दर्शविली जाणारी खरेदीची वर्तणूक म्हणजे वैविध्य शोधणारी खरेदी होय.
10. विषमता हा शब्द समान सेवा दर्शवितो.
11. सेवांच्या मागणीचा अंदाज लावणे कठीण असते.
12. सेवा ही एक कृती किंवा कामगिरी आहे जी एका पक्ष दुसऱ्या पक्षाला देतो.

[Type here]

BUSINESS MANAGEMENT: MARKETING MANAGEMENT QP CODE: 00003847

**प्र.२ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या (कोणतेही दोन) (१५)**

1. जागतिक लॉजिस्टिक आणि वितारणामधील आव्हाने आंतरराष्ट्रीय स्तरावर विस्तार करणाऱ्या कंपन्यांच्या निर्णय प्रक्रियेवर कसा प्रभाव पाडतात?
2. ई-कॉमर्स आणि ऑनलाइन खरेदीचा उदय पारंपारिक वितरण प्रणालीवर कसा परिणाम करतो?
3. ब्रँड निष्ठा आणि ग्राहक टिकवून ठेवण्यासाठी चांगल्या प्रकारे संरचित केलेले वितरण धोरण कोणत्या मार्गांनी योगदान देऊ शकते?

**Q.3 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या (कोणतेही दोन) (15)**

1. एकात्मिक विपणन संप्रेषण धोरणाच्या संरचना आणि अंमलबजावणीवर ग्राहकांच्या वर्तनावर कसा प्रभाव पडतो?
2. ब्रँड जागरूकता निर्माण करण्यासाठी आणि वाढवण्यासाठी जाहिराती कोणत्या मार्गांनी योगदान देऊ शकतात?
3. प्रचारामध्ये जाहिरातीची भूमिका आणि त्याचा ग्राहकांच्या वर्तनावर होणारा परिणाम याविषयी सविस्तर सांगा.

**Q.4 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या (कोणतेही दोन) (15)**

1. जीवनशैली आणि व्यक्तिमत्व वैशिष्ट्ये यासारखे वैयक्तिक घटक खरेदीदाराच्या विविधतेमध्ये कसे योगदान देतात?
2. संस्थांच्या खरेदी व्यवहारावर प्रभाव टाकणारे विविध घटक कोणते आहेत?
3. उच्च सहभाग उत्पादनांचे वैशिष्ट्य काय आहे आणि ते ग्राहक निर्णय घेण्याच्या दृष्टीने कमी सहभाग उत्पादनांपेक्षा कसे वेगळे आहेत?

**Q.5 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या (कोणतेही दोन) (15)**

1. सर्वसमावेशक आणि सकारात्मक ग्राहक अनुभव तयार करण्यासाठी व्यवसाय सेवा गुणवत्तेच्या विविध आयामांमध्ये संतुलन कसे ठेवतात?
2. कर्मचाऱ्यांची उत्पादकता वाढवण्यासाठी काय केले जाते?
3. ग्रामीण भागात उत्पादनांचे वितरण करताना कोणती आव्हाने येतात?

**Q.6 टिपा लिहा (कोणत्याही चार) (20)**

1. सामाजिक आणि सांस्कृतिक घटक
2. सेवा गुणवत्ता
3. जाहिरात आणि व्यापार मेळे
4. डिजिटल विपणन
5. वितरणाचे कोणत्याही २ साखळ्या/घटक
6. वितरणाचे कंपनी संबंधित घटक