

[Time:3 Hrs]

[ 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.
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 the most appropriate answer from the option given below (Any Ten out of Twelve) (10)

- i. According to the \_\_\_\_\_ "Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large"
  - a. AMA b. Kotler c. Mark Burgess d. Armstrong
- ii. \_\_\_\_\_ creates locational convenience.
  - a. Buying b. Selling c. Selling d. Transportation
- iii. In a company's microenvironment all of the following would be considered except \_\_\_\_\_.
  - a. Political forces b. Marketing channel firms c. Public d. Customers
- iv. Marketing is a process which aims at \_\_\_\_\_.
  - a. Production b. Profit-making. c. The satisfaction of customer needs d. Selling products
- v. 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
- vi. 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
- vii. Any item or service you sell to satisfy a customer's need or want is a \_\_\_\_\_.
  - a. Product b. Place c. Positioning d. Price
- viii. The word "product" was derived from the \_\_\_\_\_ word.
  - a. Latin b. Greek c. French d. German
- ix. There are \_\_\_\_\_ product levels proposed by Philip Kotler.
  - a. Five b. Four c. Three d. Two
- x. \_\_\_\_\_ is an exchange value of goods and services.
  - a. Price b. Place c. Product d. Promotion
- xi. 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
- xii. \_\_\_\_\_ 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 Ten) (10)

- i. Knowledge transfers is a part of political environment.
- ii. The marketing function is part of an organization's internal environment.
- iii. The financial crisis across the globe is an example of macro-environmental force.
- iv. Michael Porter proposed the value chain as a tool for identifying ways to create more

customer value.

- v. Competitive advantage ultimately derives from how well the company has fitted its core competencies and distinctive capabilities into tightly interlocking "activity systems."
- vi. The first step in the business unit strategic planning process is program formulation.
- vii. Growth stage is first stage in Product Life Cycle.
- viii. A company adopts the same marketing mix for all products.
- ix. Decisions on all other elements of marketing mix depend on product.
- x. In case of break-even pricing selling price is greater than the cost of the production.
- xi. In order to survive in the market company generally charge high price for its goods and services.
- xii. To determine price of the product only external factors need to be consider.

Q.2. Answer Any Two of the following. (15)

- a. Explain need and importance of marketing management.
- b. Explain functions of Marketing Management.
- c. Write a note Micro and Macro environment with specific reference to India.

Q.3. Answer Any Two of the following. (15)

- a. Explain the steps in strategic marketing.
- b. What is SWOT analysis? Explain with an example.
- c. Elaborate Michael Porters components.

Q.4. Answer Any Two of the following. (15)

- a. Discuss in detail about different Product levels or Customer Value Hierarchy.
- b. Explain in brief about Product Life Cycle.
- c. Elaborate Importance of Product Positioning.

Q.5. Answer Any Two of the following. (15)

- a. Explain the various factor affecting the pricing.
- b. What is the various method of pricing?
- c. Elaborate different objective of pricing.

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

- a. International marketing environment
- b. Steps in strategic marketing planning process
- c. Product Life Cycle
- d. Product Classification
- e. Steps in Pricing
- f. Emerging marketing opportunities in India

[वेळ: ३ तास]

[ गुण:१०० ]

कृपया तुम्हाला योग्य प्रश्नपत्रिका मिळाली आहे का ते तपासा.

१. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
२. उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.
३. प्रादेशिक भाषेत उत्तर देणाऱ्या विद्यार्थ्यांनी शंका असल्यास प्रश्न पत्रिकेच्या मुख्य मजकुराचा इंग्रजीमध्ये संदर्भ घ्यावा.

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

१. \_\_\_\_\_ नुसार "विपणन" म्हणजे क्रियाकलाप, संस्थांचा संच आणि ग्राहक, ग्राहक, भागीदार आणि समाजासाठी मोठ्या प्रमाणावर मूल्य असलेल्या ऑफर तयार करणे, संप्रेषण करणे, वितरित करणे आणि देवाणघेवाण करण्याची प्रक्रिया". अ. एमए ब. कोटलर क. मार्क बर्जस ड. आर्मस्ट्रॉंग
२. \_\_\_\_\_ स्थानिक सुविधा निर्माण करते. अ. खरेदी करणे ब. विक्री क. विक्री ड. वाहतूक
३. कंपनीच्या सूक्ष्म वातावरणात \_\_\_\_\_ वगळता खालील सर्व गोष्टींचा विचार केला जाईल. अ. राजकीय शक्ती ब. विपणन चॅनेल कंपनी क. सार्वजनिक ड. ग्राहक
४. विपणन ही एक प्रक्रिया आहे ज्याचा उद्देश \_\_\_\_\_ आहे. अ. उत्पादन ब. नफा क. मावणाराक. ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करणे ड. उत्पादने विक्री
५. स्पर्धात्मक स्थितीनुसार, बाजार अनुयायी धोरणाचा मुख्य केंद्र \_\_\_\_\_ आहे. अ. मल्टिपल निचिंग ब. फुल फ्रंटल अटॅक क. मार्केट शेअर वाढवा ड. अंतरावर अनुसरण करा
६. ग्राहक संचालित विपणन धोरण हे \_\_\_\_\_ चे दुसरे नाव आहे. अ. विक्री संकल्पना ब. विपणन संकल्पना क. उत्पादन संकल्पना ड. सामाजिक विपणन संकल्पना
७. ग्राहकाची गरज किंवा इच्छा पूर्ण करण्यासाठी तुम्ही विकलेली कोणतीही वस्तू किंवा सेवा ही \_\_\_\_\_ असते. अ. उत्पादन ब. वेगवान क. पोजिशनिंग ड. किंमत
८. "उत्पादन" हा शब्द \_\_\_\_\_ शब्दापासून तयार झाला आहे. अ. लॅटिन ब. ग्रीक क. फ्रेंच ड. जर्मन
९. फिलिप कोटलरने \_\_\_\_\_ उत्पादन स्तर प्रस्तावित केले आहेत. अ. पाच ब. चार क. तीन ड. दोन
१०. \_\_\_\_\_ हे वस्तू आणि सेवांचे विनिमय मूल्य आहे. अ. किंमत ब. जागा क. उत्पादन ड. जाहिरात
११. \_\_\_\_\_ किंमत पद्धती अंतर्गत, बाजारात उत्पादन सादर करताना कंपनीकडून कमी किंमत आकारली जाते. अ. स्किमिंग ब. प्रवेश क. समान ड. विद्यमानदर धोरण
१२. कंपनीच्या विक्री किमतीवर विशिष्ट टक्केवारी आकारून \_\_\_\_\_ ची गणना केली जाते. अ. मुद्दल अधिक किंमत ब. मार्कअप किंमत क. गुंतवणुकीवर परतावा ड. ना लाभ ना तोटा किंमत.

ब खालील विधाने सत्य की असत्य आहेत ते लिहा. ( कोणतेही दहा) (१०)

१. ज्ञानाचे हस्तांतरण हा राजकीय वातावरणाचा एक भाग आहे.
२. विपणन कार्य संस्थेच्या अंतर्गत वातावरणाचा भाग आहे.
३. जगभरातील आर्थिक संकट हे स्थूल पर्यावरण शक्तीचे उदाहरण आहे.
४. मायकेल पोर्टरने अधिक ग्राहक मूल्य तयार करण्याचे मार्ग ओळखण्यासाठी एक साधन म्हणून मूल्य शृंखला प्रस्तावित केली.
५. स्पर्धात्मक फायदा शेवटी कंपनीने "ऑक्टिव्हिटी सिस्टीम" मध्ये अंतर्बंधनमध्ये त्याच्या मुख्य क्षमता आणि विशिष्ट क्षमता किती चांगल्या प्रकारे बसवल्या आहेत यावरून प्राप्त होतो.
६. व्यवसाय युनिटच्या धोरणात्मक नियोजन प्रक्रियेतील पहिली पायरी म्हणजे कार्यक्रम तयार करणे.
७. वाढीचा टप्पा हा उत्पादन जीवन चक्रातील पहिला टप्पा आहे.
८. कंपनी सर्व उत्पादनांसाठी समान विपणन मिश्रण स्वीकारते.
९. विपणन मिश्रणातील इतर सर्व घटकांवरील निर्णय उत्पादनावर अवलंबून असतात.
१०. ब्रेक-इव्हन किंमतीच्या बाबतीत विक्री किंमत उत्पादनाच्या खर्चापेक्षा जास्त असते.
११. बाजापेठे मध्ये टिकून राहण्यासाठी कंपनी सामान्यतः त्याच्या वस्तू आणि सेवांसाठी जास्त किंमत आकारते.
१२. उत्पादनाची किंमत निश्चित करण्यासाठी केवळ बाह्य घटकांचा विचार करणे आवश्यक आहे.

प्र.२. खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)

- अ. विपणन व्यवस्थापनाची गरज आणि महत्त्व समजावून सांगा.
- ब. विपणन व्यवस्थापनाची कार्ये स्पष्ट करा.
- क. भारताच्या विशिष्ट संदर्भासह सूक्ष्म आणि स्थूल वातावरणाची नोंद लिहा.

प्र.३. खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)

- अ. रणनीती विपणनमधील पायऱ्या समजावून सांगा.
- ब. SWOT विश्लेषण म्हणजे काय? उदाहरणासह स्पष्ट करा.
- क. मायकेल पोर्टर्स घटक विस्तृत करा.

प्र.४. खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)

- अ. विविध उत्पादन स्तर किंवा ग्राहक मूल्य श्रेणीक्रम याबद्दल तपशीलवार चर्चा करा.
- ब. उत्पादन जीवन चक्र थोडक्यात स्पष्ट करा.
- क. उत्पादन स्थितीचे महत्त्व विस्तृत करा.

प्र.५. खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)

- अ. किंमतीवर परिणाम करणारे विविध घटक स्पष्ट करा.
- ब. किंमत ठरवण्याच्या विविध पद्धती कोणत्या आहेत?
- क. किंमतीची विविध उद्दिष्टे विस्तृत करा.

प्र. ६. खालील पैकी कोणत्याही चार टिपा लिहा. (२०)

१. आंतरराष्ट्रीय विपणन पर्यावरण
२. धोरणात्मक विपणन नियोजन प्रक्रियेतील टप्पे
३. उत्पादन जीवनचक्र
४. उत्पादन वर्गीकरण
५. किंमती निर्धारण प्रक्रियेतील पायऱ्या
६. भारतातील उदयोन्मुख विपणन संधी