

**Duration: 2**

**Max. Marks: 60**

**Note: All questions are compulsory carrying 15 marks each  
Figures to the right indicate full marks.**

**Q 1A.** Explain the essentials of an effective Marketing Plan. **(15)**

**Q 1B.** Explain the evolution of Marketing Strategy.

**OR**

**Q 1C.** Describe the concept of Guerilla marketing with suitable examples **(15)**

**Q 1D.** . Discuss the steps in formulation of Marketing Strategies.

**Q 2A.** Explain defensive marketing strategies. **(15)**

**Q 2B.** Explain the importance of SWOT analysis.

**OR**

**Q 2C.** Discuss profit, people and planet as alternative marketing mix propositions **(15)**

**Q 2D.** Explain the concept of Strategic Business Units (SBU's).

**Q3 A.** Discuss the features of consumer behaviour **(15)**

**Q3 B.** Explain PESTLE analysis

**OR**

**Q3 C.** What is CRM? Explain the techniques of Customer Relationship Management (CRM) **(15)**

**Q3 D.** Discuss the concept of customer loyalty.

**Q4 A. Choose the correct option from the following: (5)**

1. \_\_\_\_\_ is a strategy that engages the customer and creates real life experience, which cannot be easily forgotten.
 

a) Green marketing	b) Social marketing
c) Experiential marketing	d) Viral marketing
2. \_\_\_\_\_ involve push and pull strategy
 

a) Product	b) Pricing
c) Promotion	d) Place
3. These factors influence consumer behaviour with respect to attitude, learnings, motives, perceptions, etc. is \_\_\_\_\_.
 

a) Psychological factors	b) Personal factors
c) Socio-cultural factors	d) Marketing factors
4. According to \_\_\_\_\_ the marketing practices should consider social and ethical considerations.
 

a) Production concept	b) Selling concept
c) Marketing concept	d) Societal concept
5. \_\_\_\_\_ refers to all those factors that influences marketing decisions.
 

a) Marketing environment	b) Customer Loyalty	c) CRM	d) Benchmarking
--------------------------	---------------------	--------	-----------------

**Q4 B. State whether the following statements are True or False:**

**(5)**

1. When product performance exceeds customer expectation, the customer is delighted.
2. The letter R in VRIO analysis stands for Repeat.
3. The Five forces competency model was developed by Peter Drucker .
4. . Opportunity of new entrants is not possible especially in a profitable and growing industry
5. Brand evangelists are brand loyal.

**Q4 C. Match the following:**

**(5)**

COLUMN A	COLUMN B
1. Customer Loyalty	a. Engagement Marketing
2. Offensive Strategy	b. Alliance marketing strategy
3. Profit	c. Strong Recommendation
4. McDonalds & Coca Cola	d. Frontal Attack
5. Experiential Marketing	e. Economic Value

**OR**

**Q4. Write short notes on: (Any 3)**

**(15)**

- a) Importance of Social Marketing
- b) Social Media Marketing
- c) SWOT Analysis
- d) Green Marketing
- e) Emerging Trends in Marketing practices

\*\*\*\*\*

वेळ: २तास

गुण: ६०

सूचना: १) सर्व प्रश्नप्रत्येकी १५ गुणाचे आहेत.  
२) उजवीकडील अंकपूर्ण गुण दर्शवतात.

प्र.१ अ परिणामकारक विपणन नियोजनाचे अत्यावश्यक बाबी स्पष्ट करा. १५  
ब विपणन विहरचनेचे उत्क्रांती स्पष्ट करा.

किंवा

प्र.१ क गुरीला विपणन संकल्पना उदाहरणासाहित वर्णन करा. १५  
ड विपणन व्यूहरचना सुत्रीकरणाच्या पायरया यावर चर्चा करा

प्र.२ अ बचावात्मक विपणन धोरण स्पष्ट करा. १५  
ब SWOT विश्लेषणाचे महत्त्व स्पष्ट करा.

किंवा

प्र.२ क धोरणात्मक व्यवसाय कक्ष संकल्पना स्पष्ट करा. १५  
ड पर्यायी विपणन मिश्र प्रस्ताव म्हणजे नफा, लोक व ग्रह आहेत यावर चर्चा करा.

प्र.३ अ उपभोक्ता वर्तवणूक वैशिष्ट्ये यावर चर्चा करा. १५  
ब PESTLE विश्लेषण स्पष्ट करा.

किंवा

प्र.३ क ग्राहक संबंध व्यवस्थापन म्हणजे काय? ग्राहक संबंध व्यवस्थापन तंत्र स्पष्ट करा. १५  
ड ग्राहक एकनिष्ठा संकल्पना स्पष्ट करा.

प्र.४ अ खालीलपैकी योग्य पर्याय निवडा. ५

१. -----व्यूहरचना म्हणजे ग्राहकास वास्तविक जीवन अनुभव प्राप्त करून देतो व तो कधी विसरुही नाही शकत.  
अ) हरित विपणन ब) सामाजिक विपणन क) प्रात्यक्षिक विपणन ड) व्हायरल विपणन

२. -----हे ढकलणे व ओढणे या व्यूहरचनेचा वापर करतात.  
अ) वस्तू ब) किंमत क) जाहिरात ड) ठिकाण

३. -----घटक हे उपभोक्ता वर्तवणूक यावर वृत्ती व समज यासंदर्भात परिणाम करतात.  
अ) मानसशास्त्रीय ब) खाजगी क) सामाजिक ड) विपणन

४. -----प्रमाणे विपणन हे सामाजिक व नैतिक असायला पाहिजे.  
अ)उत्पादन संकल्पना ब)विक्री संकल्पना क)विपणन संकल्पना ड)सामाजिक संकल्पना

५. -----म्हणजे हे सर्वघटक जे विपणन निर्णयावर परिणाम करतात.  
अ)विपणन पर्यावरण ब)ग्राहक निष्ठा क)सिआरएम ड) बेन्चमार्किंग

प्र.४ ब खालील विधाने बरोबर कि चूक ते सांगा.

१. जेव्हा वस्तूची कामगिरी हि ग्राहकाच्या अपेक्षेपेक्षा जास्त असते तेव्हा तो अती आनंदात असतो
२. **VRIO** विश्लेषणात अक्षर **R** हा Repeat शब्द दर्शवतो.
३. पाच शक्ती क्षमता सिद्धांत पीटर ड्रकर यांनी विकसित केला.
४. नफेखोर व वाढत्या कारखानदारीत नवीन व्यवसायीकास संधी मिळू शकत नाही.
५. प्रत प्रचारक हे प्रत निष्ठावंत असतात.

प्र.४ क जोड्या लावा.

स्तंभ अ	स्तंभ ब
अ)ग्राहक निष्ठा	१)प्रतिबद्धता विपणन
ब)आक्षेपार्ह व्यूहरचना	२) युती विपणन व्यूहरचना
क)नफा	३)मजबूत शिफारस
ड) मॅकडोन्ल्ड आणि कोका कोला	४)पुढचा हल्ला
इ)अनुभवात्मक विपणन	५)आर्थिक मुल्य

किंवा

प्र.५ टिपा लिहा. (कोणत्याही तीन)

- अ) सामाजिक विपणनाचे महत्त्व
- ब) सामाजिक माध्यम विपणन
- क) **SWOT** विश्लेषण
- ड) हरित विपणन
- इ) विपणन सरावाचा उदयोन्मुख कल