

Duration: 2hrs.

Maximum Marks: 75

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

Q1 a) Explain the classification of Retail stores.

{08}

Q1 b) Explain the Scope of retail business.

{07}

OR

Q1 c) Explain the recent trends in retail business.

{08}

Q1.d) Explain the Macro Environment which affects retail business.

{07}

Q2.a) Explain Retail Life Cycle with the help of diagram.

{08}

Q2.b) Explain the Retail Planning process.

{07}

OR

Q2 c) Explain the relationship Marketing strategies with reference to CRM.

{08}

Q2 d) Explain the different challenges faced by HR in Retailing.

{07}

Q3 a) Explain the importance of location in retail business.

{08}

Q3 b) Explain the functions of Merchandising Manager.

{07}

OR

Q3 c) Explain the steps for designing store layout

{08}

Q3 d) Explain in brief different elements of store design.

{07}

OR

Q.4 a) Fill in the blanks with an appropriate choice given below each questions. 05

1. _____ retailing means selling various kinds of services to the customers such as banking, Insurance, Taxies, Hospitality services, etc.

- a) Product b) Idea c) Service d) Market

2. _____ retailing means selling various kinds of services to the customers such as banking, Insurance, Taxies, Hospitality services, etc.

- a) Product b) Idea c) Service d) Market

3. A store based retail model means there is a place where the retailing activity is carried out

- a) Online b) Physically c) Virtually. d) Door to door.

4. The store's manager should ensure that at every time the _____ is maintained at proper Levels so that there is no shortage of goods.

- a) Design b) Utility c) Inventory d) Credit

5. Retailers provide _____ utility, by having products where consumers want to buy them.

- a) Time b) Place c) Form d) Possession

05

Q.4 b) Match the column

No	Group A	No	Group B
1	Technology	A	Visual Merchandising
2	Display	B	Non Store based retailing
3	Fixtures	C	RFID
4	Direct selling	D	Store based Retailing
5	Supermarkets	E	Interior Store Design

05

Q.4 c) State the following is TRUE or FALSE

1. E- mail is a tool of Direct Marketing .
2. E-retailing refers to Sales of electronic items.
3. A multi-channel retailer sells merchandise over one channel.
4. Retailing does not create Place utility.
5. FDI limit in Multi Brand Retail Trading is 51 %(Percent).

{15}

Q.5 Short notes (Any 3 of the following)

1. Franchising
2. Malls
3. FDI in retailing
4. Freeform layout
5. Visual Merchandising

कालावधी: 2 तास

कमाल गुण: 75

- सूचना.: 1. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
2. उजवीकडील अंक प्रश्नांचे गुण दर्शवतात.

- Q1 अ) किरकोळ दुकानांचे वर्गीकरण स्पष्ट करा. 08
ब) किरकोळ विक्रेत्याची कार्ये स्पष्ट करा. 07
किंवा
क) किरकोळ व्यवसायातील अलीकडील कल स्पष्ट करा. 08
ड) किरकोळ व्यवसायावर परिणाम करणारे समग्र पर्यावरण स्पष्ट करा. 07
- Q2 अ) किरकोळ नियोजन प्रक्रिया स्पष्ट करा. 08
ब) किरकोळ जीवन चक्र आकृतीच्या सहायोग स्पष्ट करा. 07
किंवा
क) किरकोळ व्यापारातील संबंध विपणन व्युहरचना स्पष्ट करा. 08
ड) किरकोळ व्यवसायातील मानव संसाधनाच्या समस्या सांगा. 07
- Q3 अ) किरकोळ व्यवसायातील जागेचे महत्त्व स्पष्ट करा. 08
ब) मर्चेडाइजिंग व्यवस्थापकाचे कार्य स्पष्ट करा. 07
किंवा
क) स्टोअर लेआउट बनविण्याच्या पायऱ्या सांगा. 08
ड) स्टोअर डिझाईनिंगचे विविध घटक स्पष्ट करा. 07
- Q.4 अ) खाली दिलेल्या पर्यायातून योग्य पर्याय निवडून रिकाम्या जागा भरा. 05
1. किरकोळ विक्रेता हा _____ आणि खरेदीदार यांच्यातील महत्त्वाचा दुवा आहे.
अ) सरकार ब) सोसायटी क) घाऊक विक्रेता ड) लोक.
2. _____ किरकोळ विक्री म्हणजे ग्राहकांना विविध प्रकारच्या सेवांची विक्री करणे जसे की बँकिंग, विमा, टॅक्सी, आदरातिथ्य सेवा इ.
अ) उत्पादन ब) कल्पना क) सेवा ड) विपणी
3. स्टोअर आधारित किरकोळ मॉडेल म्हणजे असे ठिकाण की जेथे -----चे किरकोळ क्रियाकलाप चालविले जातात.
अ) ऑनलाइन ब) प्रत्यक्ष वस्तू क) आभासी ड) दारोदारी.
4. दुकानाच्या व्यवस्थापकाने हे सुनिश्चित केले पाहिजे की प्रत्येक वेळी _____ योग्य पातळीवर राखला जात आहे, जेणेकरून मालाची कमतरता पडणार नाही.
अ) आराखडा ब) उपयुक्तता क) साठा ड) क्रेडिट
5. किरकोळ विक्रेते _____ उपयुक्तता प्रदान करतात, जेथे ग्राहकांना ती खरेदी करायची आहेत.
अ) वेळ ब) स्थान क) स्वरूप ड) ताबा

Q.4 ब) योग्य जोडया जुळवा

05

	गट अ		गट ब
1	तंत्रज्ञान	A	दृश्य मर्चेडाइझिंग
2	डिस्प्ले	B	स्टोअर शिवाय रिटेलिंग
3	फिक्स्चर	C	आर एफ आय डी
4	प्रत्यक्ष विक्री	D	स्टोअर आधारित किरकोळ विक्री
5	सुपरमार्केट	E	इंटरियर स्टोअर डिझाइन

Q.4 क) खालील विधाने बरोबर किंवा चूक सांगा

05

1. ई-मेल हे प्रत्यक्ष विपणनाचे साधन आहे.
2. ई-रिटेलिंग म्हणजे इलेक्ट्रॉनिक वस्तुंची विक्री होय.
3. एक मल्टी-चॅनल किरकोळ विक्रेता एकाच चॅनेलवर माल विकतो.
4. किरकोळ विक्रीमुळे स्थान उपयुक्तता तयार होत नाही.
5. मल्टी ब्रँड रिटेल ट्रेडिंगमध्ये एफडीआय मर्यादा 51 टक्के आहे.

Q.5 ड) खालीलपैकी कोणत्याही तीनवर टीपा लिहा.

15

1. फ्रेंचायसिंग
2. मॉल
3. किरकोळीतील विदेशी गुंतवणूक
4. ई-किरकोळ
5. दृश्य मर्चेडाइझिंग
