

[Type here] **BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT**

**QP CODE: 00003848**

**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 act as a link between wholesaler and final consumer.  
a. Wholesaler b. Retailer c. Exporter d. Importer
2. \_\_\_\_\_ channel of distribution is also called as Direct channel of distribution.  
a. Producer – Consumer b. Producer- Retailer - Consumer b. Producer- Retailer- Consumer d. Product- Agent - Consumer
3. \_\_\_\_\_ very essential to handle the input materials, finished goods and other materials properly in order to minimize the loss arise due to spoilage, breakage etc.  
a. Material Handling b. Inventory Management c. Procurement d. Material Handling
4. \_\_\_\_\_ one of the traditional forms of promotional tool wherein the salesman interacts with the customer directly by visiting them.  
a. Publicity b. Sales Promotion c. Promotion d. Personal Selling
5. Four P's of Marketing Mix Are Product, \_\_\_\_\_, Place and Promotion.  
a. Price b. Personal Selling c. Publicity d. Sales Promotion
6. \_\_\_\_\_ on the next purchase or frequency programs are ways to turn one-time users into repeat buyers and, ultimately, loyal customers.  
a. Discounts b. Selling c. Promotion d. Advertising
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. When consumers change their behavior in response to real or perceived changes in their environment, it is known as \_\_\_\_\_.  
a. Cultural change b. Social change c. Consumer Learning d. Adaptation
9. Services are perishable because they cannot be \_\_\_\_\_.  
a. Sold b. Provided c. Stored d. Seen
10. \_\_\_\_\_ 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
11. Which of the following is an example of a psychological factor that influences consumer behavior?  
a. Family b. Reference Groups c. Perception d. Culture
12. According to the \_\_\_\_\_ "Any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied a physical product".  
a. AMA b. Philip Kotler c. Mark Burges d. Armstrong

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

1. Mobile optimization is not crucial for online marketing since most users access the internet from desktop computers.
2. Intensive distribution is a strategy where a product is made available in as many outlets as possible.
3. The distribution channel is the path through which products or services travel from the producer to the end consumer.

[Type here] **BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT**

**QP CODE: 00003848**

4. The purpose of a pull strategy is to stimulate demand by creating a strong supply chain.
5. Viral marketing relies on the rapid spread of marketing messages through word of mouth and social media sharing.
6. Integrated Marketing Communication (IMC) emphasizes the importance of consistent messaging across various promotional channels.
7. The family life cycle has little impact on consumer buying decisions.
8. Brand loyalty is not a significant factor in influencing repeat purchases and customer retention.
9. In the context of the diffusion of innovation theory, innovators are typically the first to adopt a new product.
10. In rural marketing, personal selling is often more effective than mass advertising.
11. Rural marketing primarily involves the promotion of agricultural products.
12. Service is an act or performance offered by one party to another.

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

**(15)**

1. Briefly explain the role of logistics in the distribution process and its impact on customer satisfaction.
2. Differentiate between intensive distribution and exclusive distribution.
3. What are some key challenges faced by businesses in online distribution, and how can they address these challenges?

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

**(15)**

1. Define Integrated Marketing Communication (IMC) and explain its significance in promotional strategies.
2. What is the significance of incorporating both push and pull strategies in a company's promotional endeavors?
3. What channels will be utilized for promotion (e.g., social media, email, traditional advertising)?

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

**(15)**

1. How do personal values and beliefs affect your purchasing behavior?
2. In what ways do cultural factors play a role in shaping consumers' choices when making purchases?
3. What role do reviews and testimonials play in your decision-making process?

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

**(15)**

1. What strategies do businesses employ to achieve a harmonious balance across different dimensions of service quality, ensuring a holistic and favorable customer experience?
2. What metrics or key performance indicators (KPIs) do you track to measure the success of your service marketing campaigns?
3. What challenges do companies face in distributing products in rural areas?

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

**(20)**

1. Demographic Factors
2. Techniques used in rural marketing
3. Publicity and Advertising
4. Digital Marketing
5. Any 4 Channels of Distribution
6. Online retailers

[Type here] BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT

QP CODE: 00003848

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

1. \_\_\_\_\_ हा घाऊक विक्रेता आणि अंतिम ग्राहक यांच्यातील दुवा म्हणून काम करतो.  
a घाऊक विक्रेते बी. किरकोळ विक्रेता सी. निर्यातदार डी. आयातदार
2. वितरणाच्या \_\_\_\_\_ वाहिनीला थेट वितरण वाहिनी असेही म्हणतात.  
a उत्पादक - ग्राहक b. उत्पादक- किरकोळ विक्रेता- ग्राहक बी. उत्पादक- किरकोळ विक्रेता- ग्राहक डी. उत्पादन-एजंट - ग्राहक
3. खराब होणे, तुटणे इत्यादींमुळे होणारे नुकसान कमी करण्यासाठी इनपुट साहित्य, तयार वस्तू आणि इतर साहित्य योग्यरित्या हाताळणे \_\_\_\_\_ अत्यंत आवश्यक आहे.  
a साहित्य हाताळणी ब. इन्व्हेंटरी मॅनेजमेंट सी. खरेदी डी. साहित्य हाताळणी
4. \_\_\_\_\_ हे प्रचार तंत्र पारंपारिक प्रकारांपैकी एक आहे ज्यामध्ये विक्रेता ग्राहकांना भेट देऊन थेट संवाद साधतो.  
a प्रसिद्धी बी. विक्री प्रोत्साहन c. पदोन्नती डी. वैयक्तिक विक्री
5. विपणन मिश्रचे चार पी म्हणजे प्रोडक्ट, \_\_\_\_\_, प्लेस आणि प्रोमोशन.  
a प्राईस ब. वैयक्तिक विक्री c. प्रसिद्धी डी. विक्री जाहिरात
6. पुढील खरेदीवर \_\_\_\_\_ किंवा फ्रिकेन्सी प्रोग्राम्स हे एक-वेळ वापरकर्त्यांना पुनरावृत्ती खरेदीदार आणि शेवटी निष्ठावान ग्राहक बनवण्याचे मार्ग आहेत.  
a सवलत ब. विक्री सी. पदोन्नती डी. जाहिरात
7. \_\_\_\_\_ क्रिया उच्च सहभाग असलेल्या ग्राहकांमध्ये आणि कमी सहभाग असलेल्या ग्राहकांमध्ये परस्पर बदलते.  
a माहिती प्रक्रिया बी. माहिती प्रसारण c. खरेदीचा निर्णय डी. खरेदीनंतरचे वर्तन
8. जेव्हा ग्राहक त्यांच्या वातावरणातील वास्तविक किंवा जाणवलेल्या बदलांच्या प्रतिसादात त्यांचे वर्तन बदलतात तेव्हा ते \_\_\_\_\_ म्हणून ओळखले जाते.  
a सांस्कृतिक बदल बी. सामाजिक बदल ग. ग्राहक शिक्षण डी. रुपांतर
9. सेवा नाशवंत आहेत कारण त्या \_\_\_\_\_ केल्या जाऊ शकत नाहीत.  
a विक्री ब. प्रदान केलेले सी. संग्रहित डी. दृश्य
10. \_\_\_\_\_ ही एक वास्तविक प्रक्रिया, यंत्रणा आणि क्रियांचा प्रवाह म्हणून संबोधले जाते ज्या सेवा वितरण आणि कार्यप्रणालीद्वारे सेवा दिली जाते.  
a भौतिक पुरावा b. लोक ग. पदोन्नती डी. किंमत
11. ग्राहकांच्या वर्तनावर परिणाम करणाऱ्या मानसशास्त्रीय घटकाचे खालीलपैकी कोणते उदाहरण आहे?  
a कुटुंब बी. संदर्भ गट c. समज डी. संस्कृती
12. \_\_\_\_\_ "यानुसार कोणतीही कृती किंवा कार्यप्रदर्शन जे एक पक्ष दुसऱ्याला देऊ शकतो जे मूलतः अमूर्त आहे आणि त्यामुळे कोणत्याही गोष्टीची मालकी होत नाही. त्याचे उत्पादन भौतिक उत्पादनाशी जोडले जाऊ शकते किंवा नाही.  
a एएमए बी. फिलिप कोटलर सी. मार्क बर्जेस डी. आर्मस्ट्रॉंग

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

1. ऑनलाइन विपणनासाठी मोबाइल अद्ययावतीकरण(ऑप्टिमायझेशन) महत्त्वपूर्ण नाही कारण बहुतेक वापरकर्ते डेस्कटॉप संगणकावरून इंटरनेट वापरतात.
2. गहन वितरण ही एक अशी रणनीती आहे जिथे उत्पादन शक्य तितक्या जास्त आस्थापनांमध्ये उपलब्ध करून दिले जाते.
3. वितरण साखळीद्वारे उत्पादने किंवा सेवा निर्मात्यापासून अंतिम ग्राहकापर्यंत प्रवास करतात.
4. एक मजबूत पुरवठा साखळी तयार करून मागणीला उत्तेजन देणे हा PULL धोरणाचा उद्देश आहे.
5. व्हायरल विपणन मौखिक आणि समाज माध्यमांद्वारे विपणन संदेशांच्या जलद प्रसारावर अवलंबून असते.
6. एकात्मिक विपणन संप्रेषण (IMC) विविध प्रचार मिश्रद्वारे सातत्यपूर्ण संदेश सेवांवर भर देते.
7. ग्राहकांच्या खरेदीच्या निर्णयांवर कौटुंबिक जीवन चक्राचा फारसा प्रभाव पडत नाही.
8. पुनरावृत्ती खरेदी आणि ग्राहक टिकवून ठेवण्यास प्रभावित करण्यासाठी ब्रँड निष्ठा हा महत्त्वाचा घटक नाही.
9. नवोपक्रम सिद्धांताच्या प्रसाराच्या संदर्भात नवोन्मेषक सामान्यतः नवीन उत्पादन स्वीकारणारे पहिले असतात.
10. ग्रामीण विपणनामध्ये, वैयक्तिक विक्री ही मोठ्या प्रमाणावर जाहिरातीपेक्षा अधिक प्रभावी असते.

[Type here] BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT

QP CODE: 00003848

11. ग्रामीण विपणनामध्ये प्रामुख्याने कृषी उत्पादनांच्या जाहिरातीचा समावेश होतो.
12. सेवा ही एक कृती किंवा कामगिरी आहे जी एका पक्षाने दुसऱ्या पक्षाला दिली असते.

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

1. वितरण प्रक्रियेतील लॉजिस्टिक्सची भूमिका आणि त्याचा ग्राहकांच्या समाधानावर होणारा परिणाम थोडक्यात स्पष्ट करा.
2. गहन वितरण आणि अनन्य वितरण यामध्ये फरक करा.
3. ऑनलाइन वितरणामध्ये व्यवसायांसमोरील काही प्रमुख आव्हाने कोणती आहेत आणि ते या आव्हानांना कसे तोंड देऊ शकतात?

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

1. एकात्मिक विपणन संप्रेषण (इंटिग्रेटेड मार्केटिंग कम्युनिकेशन IMC) परिभाषित करा आणि प्रचारात्मक धोरणांमध्ये त्याचे महत्त्व स्पष्ट करा.
2. कंपनीच्या प्रमोशनल प्रयत्नांमध्ये PUSH आणि PULL धोरण समाविष्ट करण्याचे महत्त्व काय आहे?
3. प्रचारासाठी (उदा., समाज माध्यम, ईमेल, पारंपारिक जाहिराती) कोणत्या साखळीचाचा वापर केला जाईल?

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

1. वैयक्तिक मूल्ये आणि विश्वास ग्राहकांच्या खरेदीच्या वर्तनावर कसा परिणाम करतात?
2. खरेदी करताना ग्राहकांच्या निवडींना आकार देण्यात सांस्कृतिक घटक कशा प्रकारे भूमिका बजावतात?
3. ग्राहकांच्या निर्णय प्रक्रियेत पुनरावलोकने आणि प्रशंसापत्रे कोणती भूमिका बजावतात?

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

1. सर्वसमावेशक आणि अनुकूल ग्राहक अनुभव सुनिश्चित करून सेवा गुणवत्तेच्या विविध आयामांमध्ये सुसंवादी संतुलन साधण्यासाठी व्यवसाय कोणती धोरणे वापरतात?
2. सेवा विपणन मोहिमांचे यश मोजण्यासाठी कोणते प्रमुख कार्यप्रदर्शन निर्देशक (KPIs) वापरतात?
3. ग्रामीण भागात उत्पादनांचे वितरण करताना कंपन्यांना कोणती आव्हाने येतात?

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

1. लोकसंख्याशास्त्रीय घटक
2. ग्रामीण विपणनामध्ये वापरले जाणारे तंत्र
3. प्रसिद्धी आणि जाहिरात
4. डिजिटल विपणन
5. कोणत्याही ४ वितरण साखळ्या
6. ऑनलाइन किरकोळ विक्रेते