

BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT

QP CODE:00003846

[Time:03 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 correct alternative and rewrite the following: (Any 10)

10m

1. Services are _____ because of this, it is difficult for service providers to manage anything other than steady demand.
a. Perishable b. Intangible c. Inseparable d. Heterogeneous
2. _____ is link between manufacturer and retailer.
a. Producer b. Wholesaler c. Public d. Customer
3. _____ is a marketing tool, used as a strategy to communicate between the sellers and buyers
a. Product b. Pace c. Promotion d. Price
4. Four P's of Marketing Mix Are Product, _____, Place and Promotion.
a. Price b. Pace c. People d. Packaging
5. 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
6. Reference Groups are part of _____ factors influencing consumer behavior
a. Psychological Factors b. Social Factors c. Cultural Factors d. Economic Factors
7. 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 Burgess d. Armstrong
8. _____ is any paid form of non-personal presentation and promotion of goods and services.
a. Advertising b. Personal Selling c. Publicity d. Direct Marketing
9. Consumers purchase the goods and services for their _____.
a. Personal use b. Industrial use c. Selling d. Transportation
10. Financial services include _____ and _____ services.
a) Banking and insurance b) Retailing and health care c) Education and recreation d) Physical and mental
11. The SERVQUAL Instrument measures the _____ dimensions of Service Quality.
a. Three b. Four c. Five d. Six
12. _____ creates time utility in logistic management.
a. Warehouse b. Transportation c. Insurance d. Banking

Q.1. B. State whether the following Statement is True or False: (Any 10)

10m

1. A service can be separated from the person or firm providing it.
2. Organizations also purchase more raw materials – such as oil, steel and other items used in manufacturing.
3. Organizational buying decisions are driven both by need and by want.
4. For repurchase and frequent purchases, organizations use eight steps of the buying process.
5. The e-mails, text messages, Fax, are some of the tools of Public Relations.
6. Twitter, Instagram, or Facebook are tools of Social Media.
7. The term 'product mix' is used to refer to the combination of different kinds of promotional tools.
8. Direct channel of distribution consist only manufacturer and customer.

BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT

QP CODE:00003846

9. Just dial is India's No 1 local search engine.
10. E marketing is suitable for all types of product.
11. A consumer market is the set-up that allows customers to pick up products, goods, and services.
12. Most regularly demonstrated kind of buying behavior is Variety-seeking buying behavior

Q.2. Answer any Two of the following:

15m

1. Explain the components of logistics management
2. Explain the various online retailers in India and abroad.
3. What are the disadvantages of e marketing?

Q.3. Answer any Two of the following:

15m

1. Elaborate Role of Social Media in marketing communication.
2. What are various factors affecting promotion mix decision?
3. What are the various steps in development of Integrated Marketing Communication?

Q.4. Answer any Two of the following:

15m

1. What are the various steps in consumer purchase decision process?
2. Write a note on Organization buying process
3. Difference between consumer buying behavior and organization buying behavior

Q.5. Answer any Two of the following:

15m

1. Explain the various marketing mix for services.
2. What are the various factors for growth of rural marketing in India?
3. Write a note on service quality and productivity

Q.6. Write Short Notes on: (Any 4)

20m

1. Channels of Distribution
2. Objectives of Promotion
3. Functions of Intermediaries
4. Factors affecting consumer purchase decision
5. Challenges of rural marketing
6. Advantages of E Marketing

[वेळ०३.००तास]

[गुण:१००]

आपल्याला मिळालेली प्रश्नपत्रिका तपासून घ्यावी

सूचना: १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२. उजवीकडील अंक गुण दर्शवितात.

३. प्रादेशिक/मातृभाषेतून उत्तरे लिहिणाऱ्या विद्यार्थ्यांनी संदर्भासाठी मूळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका ग्राह्य धरावी.

प्र.१. योग्य पर्याय निवडा आणि पुन्हा लिहा. (कोणतेही १०)

(१०)

१. सेवा या _____ आहेत कारण यामुळे सेवा प्रदात्यांसाठी स्थिर मागणीशिवाय इतर काहीही व्यवस्थापित करणे कठीण आहे.

अ. नाशवंत ब. अमूर्त क. अविभाज्य ड. विषम

२. उत्पादक आणि किरकोळ विक्रेता यामधील..... हा दुवा आहे.

अ. उत्पादक ब. घाऊक/ठोक विक्रेता क. समाज ड. ग्राहक

३. हे विपणन तंत्र असून ते विक्रेते आणि खरेदीदार यांच्यात संवाद साधण्यासाठी धोरण म्हणून वापरले जाते.

अ. उत्पादन ब. वेग क. प्रचार ड. किंमत

४. विपणन मिश्रणाचे चार 'P' म्हणजे प्रोडक्ट, _____, प्लेस आणि प्रमोशन.

अ. प्राईस ब. पेस क. पिपल डी. पॅकेजिंग

५. किराणा माल _____ या खरेदी व्यवहाराच्या श्रेणीत येतो.

अ. खरेदी सवय वर्तन ब. विसंगती-कमी खरेदी वर्तन.

क. जटिल खरेदी वर्तन ड. वैविध्यपूर्ण खरेदी वर्तन

६. संदर्भ गट हे ग्राहकांच्या वर्तनावर परिणाम करणाऱ्या _____ घटकांचा भाग आहेत

अ. मानसशास्त्रीय ब. सामाजिक क. सांस्कृतिक ड. आर्थिक

७. _____ यांच्या नुसार "एक पक्ष दुसऱ्याला देऊ शकेल अशी कोणतीही कृती किंवा कार्यप्रदर्शन जे मूलतः अमूर्त आहे आणि ते कोणत्याही गोष्टीची मालकी ठरवत नाही तसेच त्याचे उत्पादन भौतिक गोष्टीशी जोडले जाऊ शकेलच असे नाही".

अ. AMA ब. फिलिप कोटलर क. मार्क बर्जेस ड. आर्मस्ट्रॉंग

८. _____ हा वस्तू आणि सेवांच्या व्यक्तीविरहित सादरीकरणाचा आणि जाहिरातीचा सशुल्क प्रकार आहे.

अ. जाहिरात ब. वैयक्तिक विक्री क. प्रसिद्धी ड. थेट विपणन

९. ग्राहक त्यांच्या _____ साठी वस्तू आणि सेवा खरेदी करतात.

अ. वैयक्तिक वापर ब. औद्योगिक वापर क. विक्री ड. वाहतूक

१०. आर्थिक सेवांमध्ये..... आणि सेवा यांचा अंतर्भाव होतो.

अ. बँकिंग आणि विमा ब. किरकोळ विक्रेता आणि आरोग्य सेवा क. शिक्षण आणि मनोरंजन ड. शाररिक आणि बौद्धिक

११. SERVQUAL तंत्र हे सेवा गुणवत्तेचे एकूण _____ पैलू मोजते.

अ. तीन ब. चार क. पाच ड. सहा

१२. लॉजिस्टिक व्यवस्थापनामध्ये हे वेळ उपयोगिता निर्माण करते.

अ. गोदाम ब. वाहतूक/दळणवळण क. विमा ड. बँकिंग

प्रश्न १०) खालील विधाने सत्य की असत्य आहेत ते सांगा: (कोणतेही १०)

(१०)

१. सेवा ही, ती प्रदान करणाऱ्या व्यक्ती किंवा संस्थेपासून वेगळी केली जाऊ शकते.

२. संस्थादेखील अधिकचा कच्चा माल जसे की तेल, पोलाद आणि उत्पादनात वापरल्या जाणाऱ्या इतर वस्तू खरेदी करतात.
३. संघटनात्मक खरेदीचे निर्णय हे गरज आणि इच्छा या दोन्हीवर घेतले जातात.
४. पुनखरेदी आणि वारंवार खरेदीसाठी संस्था खरेदी प्रक्रियेच्या आठ पायऱ्या अनुसरतात.
५. ई-मेल, मजकूर संदेश, फॅक्स ही जनसंपर्काची साधने आहेत.
६. Twitter, Instagram, किंवा Facebook ही समाज माध्यमे आहेत.
७. 'उत्पादन मिश्रण' हा शब्द विविध प्रकारच्या प्रचारात्मक साधनांच्या संयोजनासाठी वापरला जातो.
८. वितरणाच्या थेट साखळीमध्ये फक्त उत्पादक आणि ग्राहक यांचा समावेश असतो.
९. Just Dial हे भारताचे प्रथम क्रमांकाचे स्थानिक शोध इंजिन/स्त्रोत आहे.
१०. ई-मार्केटिंग सर्व प्रकारच्या उत्पादनांसाठी योग्य आहे.
११. ग्राहक बाजार हा असा संच आहे जो ग्राहकांना उत्पादने, वस्तू आणि सेवा घेण्यास अनुमती देतो.
१२. सर्वाधिक नियमितपणे केले जाणारे खरेदीचे वर्तन म्हणजे वैविध्यपूर्ण खरेदीचे व्यवहार होय.

प्र२. खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा:

(१५)

१. लॉजिस्टिक व्यवस्थापनाचे घटक स्पष्ट करा
२. भारतातील आणि परदेशातील विविध ऑनलाइन किरकोळ विक्रेते सविस्तर स्पष्ट करा.
३. ई-मार्केटिंगचे तोटे स्पष्ट करा

प्र३. खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा:

(१५)

१. समाज माध्यमांची विपणनामध्ये असलेली भूमिका सविस्तर स्पष्ट करा.
२. प्रचार मिश्रणावर परिणाम करणारे विविध घटक कोणते आहेत?
३. एकात्मिक विपणन संप्रेषणाच्या विकासातील विविध टप्पे स्पष्ट करा.

प्र४. खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा:

(१५)

१. ग्राहक खरेदी निर्णय प्रक्रियेतील विविध टप्पे कोणते आहेत?
२. टीप लिहा- संस्था/ संघटनात्मक खरेदी प्रक्रिया
३. ग्राहकांची खरेदी आणि संघटनात्मक / संस्थांची खरेदीमध्ये काय फरक आहे?

प्र५. खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा:

(१५)

१. सेवांसाठीचे विविध 'विपणन मिश्र' स्पष्ट करा.
२. भारतातील ग्रामीण विपणनाच्या वाढीसाठी विविध घटक कोणते आहेत?
३. टीप लिहा-सेवा गुणवत्ता आणि उत्पादकता

प्र६. टीपा लिहा. (कोणतेही ४)

(२०)

१. वितरण साखळी
२. प्रचाराची उद्दिष्टे
३. मध्यस्थांची कार्ये
४. ग्राहकांच्या खरेदी वर्तनावर परिणाम करणारे विविध घटक
५. ग्रामीण विपणनामधील आव्हाने
६. ई-मार्केटिंगचे फायदे
