

[Type here]

BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT

QP CODE: 00003843

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. The channel of _____ includes all the intermediaries that help in the movement of goods and services from the producer to the end consumer.
a) Communication b) Distribution c) Promotion d) Research
2. One of the key decisions in distribution management is selecting the appropriate _____ for reaching the target market.
a) Promotion mix b) Pricing strategy c) Channel of distribution d) Product differentiation
3. The efficient management of returns, recycling, or disposal of products is a part of _____ logistics.
a) Reverse b) Inbound c) Outbound d) Internal
4. The process of providing information about a product to persuade potential customers to make a purchase is known as _____.
a) Advertising b) Selling c) Public relations d) Marketing research
5. Personal selling is a form of promotion that involves direct _____ between a sales representative and a potential buyer.
a) Communication b) Distribution c) Transaction d) Interaction
6. The AIDA model (Attention, Interest, Desire, Action) represents the stages of customer _____ in the context of promotion.
a) Retention b) Engagement c) Conversion d) Satisfaction
7. _____ is the way people see themselves and the way they believe others see them.
a) Motivation b) Personality c) Self-concept d) Perception
8. The tendency to buy the same brand repeatedly because of a strong preference for it is known as _____.
a) Brand switching b) Brand loyalty c) Brand perception d) Brand awareness
9. _____ is the process by which individuals acquire the knowledge and experience that they apply to future purchase decisions.
a) Perception b) Learning c) Attitude formation d) Motivation
10. The pricing strategy in rural marketing needs to be _____, considering the income levels and affordability of the rural population.
a) Standardized b) Premium c) Competitive d) Variable
11. _____ is a crucial factor in rural marketing, considering the diverse cultural and linguistic characteristics of rural populations.
a) Language b) Globalization c) Urbanization d) Technology
12. SERVQUAL identifies five dimensions that are critical for assessing service quality: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and _____.
a) Affordability b) Tangibility c) Convenience d) Innovation

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

1. Freight forwarding is a key component of logistics that focuses on the efficient movement of goods across various modes of transportation.
2. Direct distribution involves selling products directly to consumers without intermediaries or middlemen.
3. Exclusive distribution involves limiting the number of outlets or dealers that can sell a product in a particular geographic area.
4. Word-of-mouth marketing is a form of promotion that relies on customers spreading information about a product or service through their networks.
5. Promotional mix refers to the combination of advertising, personal selling, sales promotion, public relations, and direct marketing used to reach a target audience.
6. A sales promotion is a short-term incentive to encourage the purchase or sale of a product or service.

[Type here] **BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT QP CODE: 00003843**

7. Maslow's Hierarchy of Needs suggests that individuals prioritize their needs in a specific order, starting with basic physiological needs and progressing to higher-level needs such as self-actualization.
8. The consumer decision-making process typically consists of five stages: problem recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and post-purchase behavior.
9. The concept of situational influences suggests that a consumer's behavior is influenced by factors such as the physical environment, social surroundings, time, and the buyer's mood or condition.
10. Productivity growth is a key driver of economic progress and higher living standards.
11. Tangibility is a key factor in evaluating the quality of services, and physical evidence plays a significant role in service marketing.
12. Customer participation is higher in the production and delivery of services compared to physical goods.

Q.2 Answer the following questions (Any two) (15)

1. Explain the various channel of distribution.
2. Explain the various online retailers in India and abroad.
3. What is logistic? Explain logistic activities.

Q.3 Answer the following questions (Any two) (15)

1. Describe the steps in the integrated marketing communication planning process.
2. What is the role of discounts, coupons, and other sales promotion techniques in driving consumer behavior?
3. What are the main objectives of promotional activities in marketing?

Q.4 Answer the following questions (Any two) (15)

1. How do economic factors, such as income and employment, influence consumer purchasing behavior?
2. How does the buyer's journey differ between online and offline purchases?
3. What are the main challenges in predicting and adapting to changes in consumer buying behavior?

Q.5 Answer the following questions (Any two) (15)

1. In what ways can service marketers use customer feedback to improve and refine their offerings?
2. In what ways can collaboration and teamwork contribute to higher levels of productivity in the workplace?
3. What strategies can be employed to educate and empower rural consumers to make informed purchasing decisions?

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

1. Consumer behaviour
2. Rural Marketing
3. Modes of Transportation
4. Advantages of E- Marketing
5. Sales Promotion and Publicity
6. Social media

[Type here]

BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT

QP CODE: 00003843

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

1. _____ मध्ये सर्व मध्यस्थांचा समावेश आहे जे उत्पादकापासून अंतिम ग्राहकापर्यंत वस्तू आणि सेवा पोचविण्यासाठी मदत करतात.
- 1) संवाद 2) वितरण 3) पदोन्नती 4) संशोधन
2. वितरण व्यवस्थापनातील महत्वाच्या निर्णयांपैकी एक म्हणजे लक्ष्य बाजारापर्यंत पोहोचण्यासाठी योग्य _____ निवडणे.
- 1) प्रचार मिश्र 2) किंमत धोरण 3) वितरण वाहिनी 4) उत्पादन भिन्नता
3. उत्पादनांचे पुनर्भरण(recycling) किंवा विल्हेवाट लावण्याचे कार्यक्षम व्यवस्थापन _____ लॉजिस्टिक्सचा एक भाग आहे.
- 1) विरुद्ध 2) अंतर्गामी (इनबाउंड) 3) बाह्यगामी (आउटबाउंड) 4) अंतर्गत
4. संभाव्य ग्राहकांना खरेदी करण्यासाठी प्रवृत्त करण्यासाठी उत्पादनाविषयी माहिती देण्याची प्रक्रिया _____ म्हणून ओळखली जाते.
- 1) जाहिरात 2) विक्री 3) जनसंपर्क 4) विपणन संशोधन
5. वैयक्तिक विक्री हा जाहिरातीचा एक प्रकार आहे ज्यामध्ये विक्री प्रतिनिधी आणि संभाव्य खरेदीदार यांच्यात थेट _____ यांचा समावेश असतो.
- 1) संवाद 2) वितरण 3) व्यवहार 4) परस्परसंवाद
6. AIDA मॉडेल (लक्ष, स्वारस्य, इच्छा, कृती) जाहिरातीच्या संदर्भात ग्राहक _____ च्या टप्प्यांचे प्रतिनिधित्व करते.
- 1) धारणा 2) व्यस्तता 3) रूपांतरण 4) समाधान
7. _____ म्हणजे लोक स्वतःकडे पाहण्याचा आणि इतर लोक त्यांच्याकडे कुठल्यादृष्टीकोनाने बघतात पाहण्याचा हा विश्वास होय.
- 1) प्रेरणा 2) व्यक्तिमत्व 3) स्व-संकल्पना 4) समज
8. एकच ब्रँड वारंवार विकत घेण्याच्या प्रवृत्तीला _____ असे म्हणतात.
- 1) ब्रँड स्वचिं 2) ब्रँड निष्ठा 3) ब्रँड धारणा 4) ब्रँड जागरूकता
9. _____ ही अशी प्रक्रिया आहे ज्याद्वारे व्यक्ती भविष्यातील खरेदी निर्णयांना लागू होणारे ज्ञान आणि अनुभव प्राप्त करतात.
- 1) धारणा 2) शिकणे 3) वृत्ती निर्मिती 4) प्रेरणा
10. ग्रामीण लोकसंख्येच्या उत्पन्नाची पातळी आणि त्यांना परवडणारे मूल्य लक्षात घेऊन ग्रामीण विपणनातील किंमत धोरण _____ असणे आवश्यक आहे.
- 1) मानकीकृत 2) प्रीमियम 3) स्पर्धात्मक 4) चल
11. ग्रामीण लोकसंख्येच्या वैविध्यपूर्ण सांस्कृतिक आणि भाषिक वैशिष्ट्यांचा विचार करून _____ हा ग्रामीण विपणनातील एक महत्वाचा घटक आहे.
- 1) भाषा 2) जागतिकीकरण 3) शहरीकरण 4) तंत्रज्ञान
12. सेवेच्या गुणवत्तेचे मूल्यमापन करण्यासाठी SERVQUAL पाच परिमाणे ओळखते: विश्वासार्हता, प्रतिसाद, खात्री, सहानुभूती आणि _____.
- 1) परवडणारी 2) मूर्तता 3) सुविधा 4) नवोपक्रम

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

1. मालवाहतूक अग्रेषण हा लॉजिस्टिक्सचा एक महत्वाचा घटक आहे जो वाहतुकीच्या विविध पद्धतींमध्ये मालाच्या कार्यक्षम हालचालीवर लक्ष केंद्रित करतो.
2. थेट वितरणामध्ये मध्यस्थ किंवा मध्यस्थांशिवाय थेट ग्राहकांना उत्पादने विकणे समाविष्ट असते.
3. अनन्य वितरणामध्ये विशिष्ट भौगोलिक क्षेत्रामध्ये उत्पादन विकू शकणाऱ्या आस्थापना किंवा विक्रेत्यांची संख्या मर्यादित ठेवणे समाविष्ट आहे.
4. मौखिक विपणन हा प्रचाराचा एक प्रकार आहे जो ग्राहकांना त्यांच्या नेटवर्कद्वारे उत्पादन किंवा सेवेबद्दल माहिती पसरविण्यावर अवलंबून असतो.
5. प्रचारात्मक मिश्रण म्हणजे लक्षित प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी वापरल्या जाणाऱ्या जाहिराती, वैयक्तिक विक्री, विक्री जाहिरात, जनसंपर्क आणि थेट विपणन यांचे संयोजन होय.

[Type here]

BUSINESS MANAGEMENT MARKETING MANAGEMENT QP CODE: 00003843

6. विक्री प्रचार हे उत्पादन किंवा सेवेच्या खरेदी किंवा विक्रीला प्रोत्साहन देण्यासाठी अल्पकालीन समायोजन आहे.
7. मासलोची गरजांची पदानुक्रम असे सुचविते की व्यक्ती त्यांच्या गरजांना विशिष्ट क्रमाने प्राधान्य देतात, मूलभूत शारीरिक गरजांपासून सुरुवात करून आणि स्वयं-वास्तविकतेसारख्या उच्च-स्तरीय गरजांपर्यंत प्रगती करतात.
8. ग्राहक निर्णय घेण्याच्या प्रक्रियेत सामान्यतः पाच टप्पे असतात: समस्या ओळखणे, माहिती शोधणे, पर्यायांचे मूल्यमापन, खरेदी निर्णय आणि खरेदीनंतरचे वर्तन.
9. परिस्थितीजन्य प्रभावांची संकल्पना सूचित करते की ग्राहकाच्या वर्तनावर भौतिक वातावरण, सामाजिक परिसर, वेळ आणि खरेदीदाराची इच्छा किंवा स्थिती यासारख्या घटकांचा प्रभाव पडतो.
10. उत्पादकता वाढ हा आर्थिक प्रगती आणि उच्च जीवनमानाचा प्रमुख चालक आहे.
11. सेवांच्या गुणवत्तेचे मूल्यमापन करण्यासाठी मूर्तता हा महत्वाचा घटक आहे आणि सेवा विपणनामध्ये भौतिक पुरावे महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावतात.
12. भौतिक वस्तूंच्या तुलनेत सेवांच्या उत्पादनात आणि वितरणामध्ये ग्राहकांचा सहभाग जास्त असतो.

Q2 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या (कोणतेही दोन) (१५)

1. वितरणाच्या विविध साखळ्या स्पष्ट करा.
2. भारतातील आणि परदेशातील विविध ऑनलाइन किरकोळ विक्रेत्यांचे स्पष्टीकरण द्या.
3. लॉजिस्टिक म्हणजे काय? लॉजिस्टिक क्रिया सविस्तर स्पष्ट करा.

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

1. एकात्मिक विपणन संप्रेषण नियोजन प्रक्रियेतील चरणांचे वर्णन करा.
2. ग्राहकांच्या वर्तनाला चालना देण्यासाठी सवलत, कूपन आणि इतर विक्री प्रोत्साहन तंत्रांची भूमिका काय आहे?
3. विपणनातील प्रचारात्मक क्रियांची मुख्य उद्दिष्टे कोणती आहेत?

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

1. आर्थिक घटक जसे की उत्पन्न आणि रोजगार, ग्राहकांच्या खरेदी वर्तनावर कसा प्रभाव टाकतात?
2. खरेदीदाराची ऑनलाइन आणि ऑफलाइन खरेदी कशी वेगळी असते ते स्पष्ट करा?
3. ग्राहकांच्या खरेदीच्या वर्तनातील बदलांचा अंदाज लावण्यात आणि त्यांच्याशी जुळवून घेण्यात मुख्य आव्हाने कोणती आहेत?

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

1. सेवा विक्रेते त्यांच्या सेवा सुधारण्यासाठी आणि परिष्कृत करण्यासाठी ग्राहक अभिप्राय कोणत्या मार्गांनी वापरू शकतात?
2. कामाच्या ठिकाणी उत्पादनक्षमतेच्या उच्च स्तरावर सहयोग आणि संघकार्य कशा प्रकारे योगदान देऊ शकतात?
3. ग्रामीण ग्राहकांना माहितीपूर्ण खरेदी निर्णय घेण्यासाठी शिक्षित आणि सक्षम करण्यासाठी कोणत्या धोरणांचा वापर केला जाऊ शकतो?

Q.6 टिपा लिहा (कोणत्याही चार) (20)

1. ग्राहक वर्तन
2. ग्रामीण विपणन
3. वाहतूक पद्धती
4. ई-विपणनाचे फायदे
5. विक्री प्रोत्साहन आणि प्रसिद्धी
6. समाज माध्यमे