TIME : 3 HRS. **(TOTAL : 100 MARKS)**

1. **ALL QUESTIONS ARE COMPULSORY.**
2. **MARKS ARE INDICATED AGAINST EACH QUESTION**

1. (A) Select the most appropriate answer from the options given below **(ANY TEN)(10)**

1. . _____ concept of marketing assumes that customers will prefer those products which are aggressively promoted.
   a) Selling b) Production
   c) Exchange d) Societal

2. _____ involves gathering, recording, analysing data about specific marketing problems.
   a) Marketing Mix b) Marketing Information System
   c) Marketing Research d) Market Segmentation

3. _____ segmentation is done on the basis of usage rate, user status, loyalty pattern and buying motives.
   a) Geographic b) Demographic
   c) Behavioral d) Sociographic

4. _____ refers to protective covering of the product used in safely handling goods.
   a) Packing b) Branding
   c) Positioning d) Product Safety

5. _____ is the internal factor affecting Pricing
   a) Consumers b) Quality
   c) Competition d) User

6. ____ is the effort aimed at creating and maintaining in the mind of target customers the intended image for the brand, relative to other brands.
   a) Name Positioning b) Product Life Cycle
   c) Product Positioning d) Customer Relationship Management

7. Advertising enables to counter claims of the _____ products.
   a) Suppliers' b) Competitors'
   c) Customers' d) Society's

8. _____ is one of the components of Sales Management.
   a) Consumer Survey b) Warehousing
   c) Packaging d) Performance Appraisal

27E8A9D1DB2920564CAC5C3A11DAC77F

9. _____ is the personal communication of information, to persuade someone to buy something.
   a) Personal Selling b) Sales Promotion
   c) Direct Marketing d) Advertising

10. Recycling is an example of _____
   a) Consumer Protection b) Corporate Image
   c) Green Marketing d) Distribution Management

11. Rural Markets are highly_____
   a) Scattered b)Polarised
   c) Categorised d) Globalised

12. A diverse product portfolio reduces _____ for the marketers
   a) Profit b) Sales
   c) Risk d) Competitiveness

(B) State whether the following statements are True OR False: **(ANY TEN)** **(10)**

1. Strategic Marketing Management emphasizes on Customer Satisfaction.
2. Marketing Research is not applied research.
3. Market Segmentation refers to subdividing a larger market into smaller markets.
4. Patenting the product gives exclusive marketing rights for a certain number of years.
5. Charging a comparatively high price while introducing the product is called as skimming the cream pricing strategy
6. Service positioning helps in targeting customers effectively.
7. A zero level channel is one in which there are multiple intermediaries.
8. Advertising is an element of promotion mix.
9. Material handling is an important element of logistics
10. Attacking the competitor directly is called as Flank attack
11. Product testing is a strategy to expand market share.
12. In a competitive market the product life cycle is short.

Q.No.2 Answer **ANY TWO** of the following: **(15)**

a) What is Marketing? Explain its importance.

b) What is Marketing Information System? Explain its components.

27E8A9D1DB2920564CAC5C3A11DAC77F

c) What do you mean by Customer Relationship Management? Discuss its techniques.

Q.No.3 Answer **ANY TWO** of the following: **(15)**

a) Explain different product decision areas that a firm needs to handle.
b) Explain the challenges in Service positioning.
c) State various pricing strategies in detail.

Q.No.4 Answer **ANY TWO** of the following: **(15)**

a) Define the concept of Physical Distribution. explain the contemporary channels of distribution
b) Define Promotion. Explain its importance.
c) What are the skills required for effective selling.

Q.No.5 Answer **ANY TWO** of the following: **(15)**

a) Explain the marketing strategies by a follower.
b) What are the trends in Digital Marketing
c) Explain the reasons for failure of brands with suitable examples

Q.No.6 Write short Notes **(ANY FOUR)** **(20)**

a) Functions of Marketing.
b) Benefits of Market Segmentation.
c) Branding.
d) Components of Supply Chain Management (SCM).
e) Integrated Marketing Communication (IMC).
f) Green Marketing.

****

27E8A9D1DB2920564CAC5C3A11DAC77F

वेळ-०३ तास **गुण-१००**

सूचना : (१) सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहेत.
(२) उजवी कडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र.क्र.१(अ) खालील पार्यायांमधून योग्य उत्तर निवडा (कोणतेही दहा) १०

१. _____ विपणन संकल्पना असे मानते कि; ग्राहक त्या उत्पादनांना प्राधान्य देतील ज्यांचा आक्रमकपणे प्रचार केला जातो.

अ) विक्री ब) उत्पादन क) विनिमय ड) सामाजिक

२ . _____ म्हणजे; विशिष्ट विपणन समस्ये बद्दल माहिती गोळा करणे, माहिती ची नोंद करणे, आणि ती चे विश्लेषण करणे ई. कार्यांचा समावेश असतो.

अ) विपणन मिस्त्र ब) विपणन माहिती प्रणाली क) विपणन संशोधन ड) बाजारपेठ विभागणी

३. _____ विभागणी; वापराचे प्रमाण, वापरकर्त्याची स्थिती, निष्ठा पद्धत आणि खरेदीचा हेतू या आधारे केली जाते.

अ) भौगोलिक ब) लोकसंख्याशास्त्रीय क) वर्तणूक ड) समाजशास्त्रीय

४. _____ म्हणजे माल हाताळणी सुलभ होण्याच्या दृष्टीने उत्पादन सुरक्षीतेत वापरले जाणारे आवरण होय.

अ) वेष्टन ब) मुद्राकार्य क) स्थाननिर्मिती ड) उत्पादन सुरक्षा

५. _____ हा किंमतीवर परिणाम करणारा अंतर्गत घटक आहे.

अ) ग्राहक ब) गुणवत्ता क) स्पर्धा ड) वापरकर्ता

६. _____ म्हणजे; इतर मुद्रेच्या (Brand) च्या तुलनेत लक्ष्यीत ग्राहकांच्या मनात मुद्रेची अभिप्रेत प्रतिमा तयार करणे आणि टिकवून ठेवण्याचा प्रयत्न होय.

अ) नाम स्थाननिर्मिती ब) वस्तु-उत्पादन जीवन चक्र

क) उत्पादन स्थिती ड) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन

७. जाहिराती _____ उत्पादना चे दावे खोडून काढण्याच्या दृष्टीने उपयुक्त ठरते.

अ) पुरवठादारांचे ब) स्पर्धक क) ग्राहकांचे ड) समाजाचे

८. _____ हा विक्री व्यवस्थापनातील एक घटक आहे.

अ) ग्राहक सर्वेक्षण ब) साठवणगृह क) संवेष्टन कार्य ड) कार्यसिद्धी मुल्यमापन

९. _____ म्हणजे; एखाद्याला काहीतरी विकत घेण्यास प्रवृत्त करण्याच्या हेतूने माहितीचे वैयक्तिक संज्ञापन होय.

अ) वैयक्तिक विक्री ब) विक्री प्रोत्साहन क) थेट/प्रत्यक्ष विपणन ड) जाहिरात

१०. पुन:वापर हे _____ चे उदाहरण आहे.

अ) ग्राहक संरक्षण ब) प्रमंडळ प्रतिमा क) हरित विपणन ड) वितरण व्यवस्थापन

27E8A9D1DB2920564CAC5C3A11DAC77F

११. ग्रामीण बाजारपेठा मुख्यत: _____ असतात.

अ) विखुरलेल्या ब) धृविकृत क) वर्गीकृत ड) जागतिक

१२. उत्पादनांची भिन्नता साखळी; (Portfolio) विपणनकर्त्याची _____ कमी करतो.

अ) नफा ब) विक्री क) जोखीम ड) स्पर्धात्मकता

(ब.) खालील विधाने सत्य की असत्य ते सांगा **(कोणतेही दहा)** १०

१ . धोरणात्मक (Strategic) विपणन व्यवस्थापन; ग्राहकांच्या समाधानावर भर देते.

२ . विपणन संशोधन हे उपयोजित/व्यावहारीक संशोधन नाही.

३ . बाजारपेठ विभागणी(Segmentation) म्हणजे मोठ्या बाजारपेठेचे छोट्या बाजारात उपविभाजन करणे होय.

४ . उत्पादनाचे स्वामित्व (Patent) घेतल्याने विशिष्ठ वर्षांसाठी विशेष विपणन अधिकार मिळतात.

५ . उत्पादन सादर करतांना तुल्नामक दृष्ट्या जास्त किंमत आकारणे यालाच मलई खाणे (Skimming) किंमत धोरण असे म्हणतात.

६ . सेवा स्थाननिर्मिती (Positioning) मुळे ग्राहकांना प्रभावीरीत्या लक्ष्य करण्यास मदत होते.

७ . शून्य पातळी साखळी म्हणजे ज्यामध्ये अनेक मध्यस्थ असतात.

८ . जाहिरात हा वृद्धी मिश्रणाचा एक घटक आहे.

९ . माल हाताळणी हा वाहतूकशास्त्राचा (Logistics) महत्वाचा घटक आहे.

१० . प्रतिस्पर्ध्यावर थेट हल्ला करणे याला दुबळ्या बाजूंवर हल्ला (Flank Attack) असे म्हणतात.

११. उत्पादन/वस्तु चाचणी ही बाजारपेठ विस्तार साधण्याची रणनिती आहे.

१२. स्पर्धात्मक बाजारपेठेत उत्पादनाचे जीवन चक्र लहान असते.

प्र.क्र.२ खालीलपैकी **कोणत्याही दोन** प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १५

अ) विपणन म्हणजे काय? विपणनाचे महत्व विशद करा.

ब) विपणन माहिती प्रणाली/पद्धती (MIS) म्हणजे काय? MIS चे विविध घटक स्पष्ट करा.

27E8A9D1DB2920564CAC5C3A11DAC77F

क) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन (CRM) म्हणजे काय? CRM च्या विविध तंत्राची चर्चा करा.

प्र.क्र.३ खालीलपैकी **कोणत्याही दोन** प्रश्नांची उत्तरे लिहा. **१५**

अ) संस्था स्तरावर हाताळली जाणारी उत्पादना/वस्तु संबंधित निर्णयाची विविध क्षेत्रं स्पष्ट करा.

ब) सेवा स्थाननिर्मिती कार्यातील(positioning) विविध आव्हाने स्पष्ट करा.

क) किंमत ठरवितांना वापरल्या जाणाऱ्या विविध रणनिती सविस्तर स्पष्ट करा.

प्र.क्र.४ खालीलपैकी **कोणत्याही दोन** प्रश्नांची उत्तरे लिहा. **१५**

अ) भौतिक वितरण या संकल्पनेची व्याख्या करून; भौतिक वितरणाच्या समकालीन साखळ्या विशद करा.

ब) विक्रय वृद्धी कार्य (Promotion) म्हणजे काय; त्याचे महत्व विशद करा.

क) परिणामकारक विक्रीच्या दृष्टीने अवश्यक असणारी विविध कौशल्ये कोणती ते सांगा.

प्र.क्र.५ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १५

अ) अनुकरणकर्त्यांच्या (Follower) विपणन रणनिती स्पष्ट करा.

ब) डिजीटल विपणनातील नविन प्रवाह (Trends) कोणते ते सांगा.

क) मुद्रेच्या(brands) अपयशाची विविध कारणे योग्य उदाहरणांसह स्पष्ट करा.

प्रश्न क्र.६ थोडक्यात टिपा लिहा **(कोणत्याही चार)** **२०**

अ. विपणन कार्ये

ब. बाजार विभागिकरणाचे (Segmentation) चे फायदे

क. मुद्रा कार्य (branding)

ड. पुरवठा साखळी व्यवस्थापनाचे घटक (SCM)

इ. एकात्मिक विपणन संज्ञापन (IMC)

ई.हरित विपणन

****

27E8A9D1DB2920564CAC5C3A11DAC77F