

Total No. of Questions : 8]

SEAT No. :

P2852

[Total No. of Pages : 6

[5615]-1014

F.Y. B.Com. (Semester - I)

MARKETING AND SALESMANSHIP - I

Fundamentals of Marketing

(2019 Pattern) (CBCS)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

Instructions to the candidates:

- 1) Question No. 1 and 8 are compulsory.
- 2) Attempt any 3 questions from Q. No. 2 to Q. No. 7.
- 3) Figures to the right indicate full marks.

Q1) A) Fill in the blanks (any seven) :

[7]

- i) Indian consumer market in the rank No. _____ in the world.
(First, Second, Third)
- ii) Proper buying is the base of a successful _____ work.
(Marketing, Market, Production)
- iii) The place where goods stored is called _____
(Museum, Library, Warehouse)
- iv) Geographical division _____ is perfect for sale.
(Luxuries goods, Durable goods, Food items)
- v) Consumers from different regions are divided into _____ groups.
(Population, Geographical, Social)
- vi) In retail trade, commodity or goods means _____ goods.
(Commercial, Industrial, Consumable)
- vii) Exchangable value of goods and services is expressed in terms of _____
(Rate, Price, Weight)
- viii) _____ is the solution to increase sales or turnover.
(Increase in rate, Increase in price, Increase in sales)
- ix) Industrial goods and _____ goods are the main types of goods.
(Fixed, Special, Consumable)

P.T.O.

B) True or False (any seven). [7]

- i) Sellers sales their goods and services the manufacturer in the market.
- ii) Long-term market means the market include those that operated in the particular day or a certain period of time.
- iii) Morden marketing is a product oriented concept.
- iv) According to marketing specifications the life style & standard of living is mainly considered for their division.
- v) The basis of any market segmentation should be based on the core principle of customer satisfaction.
- vi) Product, price, sales promotion and distribution of goods are the main factors of market segmentation.
- vii) Like a product mix, the price mix is an element of the total marketing mix.
- viii) The distribution channels means that flows the manufactured goods into the market by distribution way of distribution routes.
- ix) Various competitions and the lucky draws are the mode of attractions of constomers for their goods.

Q2) What is Market? Explain in detail is the various types of market. [14]

Q3) What is marketing? Explain in details the functions of marketing. [14]

Q4) What is market segmentation? Explain the procedure and merits of market segmentation. [14]

Q5) What is marketing mix? Explain the scope and importance of marketing mix.[14]

Q6) What do you mean by Product Mix? Explain the factors affecting product mix. [14]

Q7) What is mean by distribution channel? Explain the various types of distribution channels. **[14]**

Q8) Write notes (any two) : **[14]**

- a) Difference between selling and marketing.
- b) Bases of market segmentation.
- c) Stages of product life cycle.
- d) Merits and demerits of sales promotion.



Total No. of Questions : 8]

P2852

[5615]-1014

F.Y. B.Com. (Semester - I)

MARKETING AND SALESMANSHIP - I

Fundamentals of Marketing

(2019 Pattern) (CBCS)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 3 तास]

[एकूण गुण : 70

- सूचना :- 1) प्रश्न क्र. 1 व प्रश्न क्र. 8 सोडविणे अनिवार्य आहे.
2) प्रश्न क्र. 2 ते प्रश्न क्र. 7 पैकी कोणतेही तीन प्रश्न सोडवा.
3) उजवीकडील अंक प्रश्नांची पूर्ण गुण दर्शवितात.
4) संदर्भासाठी मूळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका पाहावी.

-
- प्रश्न 1) अ) रिकाम्या जागा भरा. (कोणत्याही सात) [7]
- भारताच्या ग्राहक बाजारपेठांचा जगामध्ये क्रमांक आहे.
(पहिला, दूसरा, तिसरा)
 - योग्य खरेदी हा यशस्वी कार्याचा पाया आहे.
(विपणन, बाजारपेठ, उत्पादन)
 - मालाची साठ्यातून करण्याच्या ठिकाणाला म्हणतात.
(संग्रहालय, ग्रंथालय, गुदाम)
 - भौगोलिक विभागणी विक्रीसाठी योग्य आहे.
(चैनीच्या वस्तू, टिकाऊ वस्तू, अन्नपदार्थ)
 - विविध प्रदेशातील संपूर्ण ग्राहक हा विषयक गटांमध्ये विभागला जातो.
(लोकसंख्या, भौगोलिक, सामाजिक)
 - किरकोळ व्यापारात वस्तूचा अर्थ वस्तू असा होतो.
(वाणिज्य, औद्योगिक, ग्राहकोपयोगी)
 - म्हणजे एखाद्या वस्तू किंवा सेवेचे विनिमय योग्य मूल्य जो पैशाच्या स्वरूपात व्यक्त केले जाते.
(दर, किंमत, वजन)

- viii) विक्रीत वाढ घडवून आणण्यासाठी करण्यात आलेली उपाययोजना म्हणजे काय.
(मूल्यवृद्धी, किंमत वृद्धी, विक्रय वृद्धी)
- ix) औद्योगिक वस्तू आणि वस्तू हे वस्तूंचे मुख्यतः दोन प्रकार असतात.
(स्थिर, विशिष्ट, ग्राहकोपयोगी)

- ब) चूक की बरोबर ते सांगा. (कोणतेही सात) [7]
- i) बाजारपेठेमध्ये विक्रेते आपली वस्तू किंवा सेवा उत्पादकाला विकत असतात.
- ii) दीर्घकालीन बाजारपेठेत ठराविक दिवशी किंवा विशिष्ट कालावधीत भरणारा बाजार याचा समावेश असतो.
- iii) आधुनिक विपणन ही उत्पादनभिमूख संकल्पना आहे.
- iv) विपणन विशेषानुसार विभागणीत प्रामुख्याने जीवनशैली व राहणीमान यांचा विचार केला जातो.
- v) कोणत्याही बाजारपेठ विभागणीचा मूल आधार ग्राहक समाधान या मूलतत्त्वावर आधारित असावा.
- vi) उत्पादन, किंमत, विक्रयवृद्धी व वितरण मार्ग हे बाजारपेठ विभागणीचे मूल घटक आहेत.
- vii) उत्पादन मिश्रप्रमाणे किंमत-मिश्र हा एकूण विपणन मिश्रचा एक घटक आहे.
- viii) उत्पादित वस्तूंना बाजारात प्रवाहित करणारे वितरण जाळे म्हणजे वितरण मार्ग होय.
- ix) ग्राहकांसाठी विविध स्पर्धा, भाग्यवान सोडती यामुळे ग्राहकांचे लक्ष्य त्या उत्पादकाच्या वस्तूकडे वेधले जाते.

- प्रश्न 2) बाजारपेठ म्हणजे काय? बाजारपेठांचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. [14]
- प्रश्न 3) विपणन म्हणजे काय? विपणनाची कार्ये सविस्तरपणे स्पष्ट करा. [14]
- प्रश्न 4) बाजारपेठ विभागणी म्हणजे काय? बाजारपेठ विभागणीची प्रक्रिया व गुण स्पष्ट करा. [14]
- प्रश्न 5) विपणन-मिश्र म्हणजे काय? विपणन मिश्रची व्याप्ती व महत्त्व सांगा. [14]
- प्रश्न 6) उत्पादन मिश्र म्हणजे काय? उत्पादन-मिश्रवर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 7) वितरण-मार्ग म्हणजे काय? वितरण-मार्गांचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 8) टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन) [14]

- अ) विक्री आणि विपणन यातील फरक
- ब) बाजारपेठ विभागाची आधार
- क) वस्तू जीवन चक्राचे टप्पे
- ड) विक्रयवृद्धीचे फायदे-तोटे

