

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

**PA-1794**

[Total No. of Pages : 4

[5952]-313

**S.Y. B.Com.**

**236(H) : MARKETING MANAGEMENT-I  
(2019 Pattern) (Semester - III)**

*Time : 2½ Hours]*

*[Max. Marks : 50*

*Instructions to the candidates:*

- 1) *All questions are compulsory.*
- 2) *Figures to the right indicate full marks.*

**Q1) A) Fill in the blanks (attempt any 5). [5]**

- i) \_\_\_\_\_ involves the formation of a marketing strategy.
  - a) Marketing objectives & strategies
  - b) Estimation of expected results
  - c) Creating an alternative plan
  - d) All of the above
- ii) Marketing management not only delivers goods to the market but also markets \_\_\_\_\_.
  - a) Products
  - b) Services
  - c) Quality
  - d) All of the above
- iii) \_\_\_\_\_ is a complex task of 'marketing management'.
  - a) Organising
  - b) Planning
  - c) Pricing
  - d) All of the above
- iv) A marketing plan is a collection of \_\_\_\_\_.
  - a) Products
  - b) Markets
  - c) Actions
  - d) Staff
- v) \_\_\_\_\_ is a division of a plan for profitability and growth.
  - a) Corporate plan
  - b) Departmental plan
  - c) Product line plan
  - d) Product plan
- vi) \_\_\_\_\_ is information that has already been published and stored.
  - a) Primary data
  - b) Secondary data
  - c) Quantitative data
  - d) Qualitative data

**P.T.O.**

B) Match the following: [5]

Group A

Group B

- |  |  |
|--|--|
| i) Marketing                                       | a) Representation of the population      |
| ii) Data collection                                | b) Marketing objectives & its attainment |
| iii) Stages before purchasing products or services | c) Survey method                         |
| iv) Marketing planning                             | d) Consumer attitude                     |
| v) Sample  | e) Exchange value of goods               |
|  | f) Consumer behaviour                    |

Q2) Write short notes (any two). [10]

- a) Functions of marketing management.
- b) Scope of consumer behaviour.
- c) Structure of marketing plan.
- d) Research design.

Q3) a) Explain the nature and scope of marketing management. [8]

b) Explain the bases for formulating marketing strategy. [7]

Q4) a) Explain the nature and scope of marketing planning. [8]

b) Explain the difference between marketing information and marketing research. [7]



Total No. of Questions : 4]

PA-1794

[5952]-313

S.Y. B.Com.

236(H) : MARKETING MANAGEMENT-I  
(2019 Pattern) (Semester - III)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 2½ तास]

[एकूण गुण : 50

- सूचना :-
- 1) सर्व प्रश्न आवश्यक आहेत.
  - 2) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.
  - 3) संदर्भासाठी मुळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका पहावी.

प्र.1) अ) रिकाम्या जागा भरा. (कोणतेही पाच)

[5]

i) विपणन व्यूहरचनेच्या निर्मातीमध्ये ..... चा समावेश असतो.

अ) विपणन उद्दिष्टे आणि व्यूहरचना

ब) अपेक्षित परिणामांचे अंदाज

क) पर्यायी आराखड्याची निर्माती करणे

ड) वरीलपैकी सर्व

ii) विपणन व्यवस्थापनाद्वारे केवळ वस्तु बाजारापर्यंत पोहचवल्या जात नाहीत तर ..... चे विपणन देखील केले जाते.

अ) उत्पादने

ब) सेवा

क) गुणवत्ता

ड) वरीलपैकी सर्व

iii) विपणन व्यवस्थापनाचे ..... हे गुंतागुंतीचे कार्य आहे.

अ) प्रवर्तन

ब) नियोजन

क) किंमत निश्चिती

ड) वरीलपैकी सर्व

iv) विपणन आराखडा म्हणजे ..... गोष्टीचे केलेले संकलन होय.

अ) उत्पादने

ब) बाजारपेठ

क) कृती

ड) कर्मचारी

v) ..... म्हणजे नफाक्षमता आणि वृद्धी यासाठी केले जाणारे आराखड्याचे विभाजन होय.

अ) कॉर्पोरेट आराखडा

ब) विभागीय आराखडा

क) उत्पादन रेखा आराखडा

ड) उत्पादन आराखडा

vi) ..... म्हणजे अशी माहिती की जी आधीच प्रकाशित झालेली असते आणि तिचे संग्रहण केलेले असते.

अ) प्राथमिक माहिती

ब) दुय्यम माहिती

क) परिमाणात्मक माहिती

ड) गुणात्मक माहिती

ब) जोड्या जुळवा.

[5]

गट अ

गट ब

i) विपणन

अ) संशोधन लोकसंख्येचे प्रतिनिधित्व

ii) माहिती संकलन

ब) विपणन उद्दिष्टे आणि त्यांची प्राप्ती

iii) उत्पादने किंवा सेवा खरेदी करण्यापूर्वीचे टप्पे

क) सर्वेक्षण पद्धत

iv) विपणन नियोजन

ड) ग्राहक प्रवृत्ती

v) नमुना

इ) वस्तुंचे विनिमय मूल्य

फ) ग्राहक वर्तन

प्र.2) टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन)

[10]

अ) विपणन व्यवस्थापनाची कार्ये

ब) ग्राहक वर्तनाची व्याप्ती

क) विपणन योजनेची संरचना

ड) संशोधन आराखडा

प्र.3) अ) विपणन व्यवस्थापनाचे स्वरूप आणि व्याप्ती स्पष्ट करा.

[8]

ब) विपणन व्यूहरचनेच्या निर्मीतेचे आधार स्पष्ट करा.

[7]

प्र.4) अ) विपणन नियोजनाचे स्वरूप आणि व्याप्ती स्पष्ट करा.

[8]

ब) विपणन माहिती आणि विपणन संशोधन यातील फरक विशद करा.

[7]

