

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

PD900

[Total No. of Pages : 4

[6439]-13

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 (any Five) : [5]

- i) Marketing research acts as a _____ intelligence of marketing firms.
 - a) Economic
 - b) Financial
 - c) Commercial
- ii) Consumer behaviour is always _____.
 - a) Stable
 - b) Unstable
 - c) Steady
- iii) _____ is a complex function of marketing management.
 - a) Organising
 - b) Planning
 - c) Pricing Decision
- iv) _____ is a factor affecting marketing planning.
 - a) Internal factors
 - b) National factors
 - c) International factors
- v) _____ is a division of a plan for profitability and growth.
 - a) Corporate plan
 - b) Departmental plan
 - c) Production plan
- vi) A common problem in international research is _____.
 - a) Availability of primary Data
 - b) Research specialty
 - c) Secondary information

P.T.O.

- B) Write whether the following statements are true or false. (Any five) [5]
- i) Marketing management explores marketing opportunities and devises suitable marketing strategies.
 - ii) The objective of marketing management is the effective implementation of marketing activities.
 - iii) All the activities of marketing are managerial processes.
 - iv) Every brand manager creates a brand plan.
 - v) Marketing planning is the collection and analysis of market data.
 - vi) Marketing planning is important only for large companies.

Q2) Write Short Notes (Any Two) : [10]

- a) Problems of marketing management.
- b) Marketing Strategy.
- c) Structure of the marketing plan.
- d) Data Analysis.

Q3) a) Explain the philosophy of marketing management. [8]

b) Explain the determinants of consumer behavior. [7]

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

b) Explain the scope of marketing research. [7]



Total No. of Questions : 4]

PD900

[6439]-13

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 सोडविणे आवश्यक आहेत.
 - 2) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.
 - 3) संदर्भासाठी मूळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका पहावी.

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

[5]

- i) विपणन संशोधन हे विपणन कंपन्यांची बुद्धिमत्ता म्हणून कार्य करते.
अ) आर्थिक
ब) वित्तीय
क) व्यावसायिक
- ii) ग्राहकाची वर्तणूक नेहमीच असते.
अ) स्थिर
ब) अस्थिर
क) अविचल
- iii) विपणन व्यवस्थापनाचे हे गुंतागुंतीचे कार्य आहे.
अ) संघटन
ब) नियोजन
क) किंमत निश्चिती
- iv) हा विपणन नियोजनवरती परिणाम करणारा घटक आहे.
अ) अंतर्गत घटक
ब) राष्ट्रीय घटक
क) आंतरराष्ट्रीय घटक
- v) आराखडा म्हणजे नफा क्षमता आणि वृद्धी यासाठी केले जाणारे आराखड्याचे विभाजन होय.
अ) कार्पोरेट आराखडा
ब) विभागीय आराखडा
क) उत्पादन आराखडा
- vi) आंतरराष्ट्रीय संशोधना मधील सर्वसामान्य समस्या म्हणजे ही होय.
अ) प्राथमिक माहितीची उपलब्धता
ब) संशोधन विशेषत्व
क) दुय्यम माहिती

- ब) पुढील विधाने चूक की बरोबर ते लिहा. (कोणत्याही पाच) [5]
- विपणन व्यवस्थापन हे विपणनाच्या संधीचा शोध घेते आणि योग्य विपणन व्यूहरचना शोधून काढते.
 - विपणनाच्या कृतीची सक्षम अंमलबजावणी करणे हे विपणन व्यवस्थापनाचे उद्दिष्ट आहे.
 - विपणनाच्या सर्व कृती ह्या व्यवस्थापकीय प्रक्रिया आहेत.
 - प्रत्येक ब्रँड व्यवस्थापक ब्रँड आराखडा तयार करतो.
 - विपणन नियोजन म्हणजे बाजारातील आकडेवारीचे एकत्रीकरण आणि विश्लेषण होय.
 - विपणन नियोजन केवळ मोठ्या कंपन्यांसाठी महत्त्वपूर्ण आहे.

प्र.2) टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन) [10]

- विपणन व्यवस्थापनाच्या समस्या
- विपणन व्यूहरचना
- विपणन योजनेची संरचना
- माहितीचे विश्लेषण

प्र.3) अ) विपणन व्यवस्थापनाचे तत्वज्ञान स्पष्ट करा. [8]

ब) ग्राहक वर्तनाचे निर्धारक घटक स्पष्ट करा. [7]

प्र.4) अ) विपणन नियोजनाचे स्वरूप आणि व्याप्ती स्पष्ट करा. [8]

ब) विपणन संशोधनाची व्याप्ती स्पष्ट करा. [7]

