

Total No. of Questions : 5]

SEAT No. :

PA-1836

[Total No. of Pages : 4

[5952]-513

T.Y. B.Com. (Semester - V)

355H : MARKETING MANAGEMET - II

(2019 Pattern) (CBCS)

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 with most appropriate word in the bracket (Attempt any 5) : [5]

- i) Marketing creates \_\_\_\_\_  
(Demand, Sales, Both, None)
- ii) Non-Profit Organization includes \_\_\_\_\_  
(Religious Organizations, Trade Unions, Clubs, All of the above)
- iii) Marketing Organizations help in promoting new \_\_\_\_\_  
(Company, Ideas, Employee, None)
- iv) The branding strategy is also called \_\_\_\_\_  
(Brand architecture, Branding rate, Brand earnings, Brand responsiveness)
- v) The demand for the product mostly determined by the \_\_\_\_\_  
of the product.  
(Culture, Habit, Price, Income)
- vi) Non-trading organizations are exempted from paying taxes  
to \_\_\_\_\_  
(Government, Owner, Customer, None)

Q2) Match the following :

[5]

- | Group A                     | Group B                                 |
|-----------------------------|---|
| i) Sales Forecasting        | Estimation of Sales Revenue & Overheads |
| ii) Non-Profit Organization | Product Organization                    |
| iii) Marketing Organization | Product appearance                      |
| iv) Brand Positioning       | Service Motive                          |
| v) Sales Budget             | Estimation of Future Sales              |

P.T.O.

**Q3) Write a Short Note on (Any two) [10]**

- a) Sales Budget
- b) Importance of Non-Profit Organization
- c) Essentials of Marketing Organizations
- d) Components of Brand Strategy

**Q4) a) What is Demand? What are the determinants of Demand? [8]**

b) Explain the different types of Non-Profit Organizations in India. [7]

**Q5) a) What is Marketing Organization? Explain the Principles of Marketing Organizations. [8]**

b) Explain various types of Brand Building Strategies. [7]



Total No. of Questions : 5]

PA-1836

[5952]-513

T.Y. B.Com. (Semester - V)

355H : विपणन व्यवस्थापन - II

(2019 Pattern) (CBCS)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 2½ तास]

[एकूण गुण : 50

सूचना : 1) सर्व प्रश्न आवश्यक.

2) उजव्या बाजूकडील अंक गुण दर्शवतात.

प्रश्न 1) कंसातील योग्य पर्याय निवडून रिकाम्या जागा भरा. (कोणत्याही पाच)

[5]

i) विपणन ..... ची निर्मिती करते.

(मागणी, विक्री, दोन्ही, यापैकी नाही)

ii) विना नफा संस्थांमध्ये ..... चा समावेश होतो.

(धार्मिक संस्था, कामगार संघटना, क्लब, वरीलपैकी सर्व)

iii) विपणन संस्था नवीन ..... ना चालना देण्यासाठी मदत करतात.

(कंपनी, कल्पना, कामगार, यापैकी नाही)

iv) चिन्हाकण व्यूहरचनेला ..... असेही म्हणतात.

(ब्रँड निर्मिती, ब्रँडिंग दर, ब्रँड कमाई, ब्रँड प्रतिसाद)

v) वस्तूच्या मागणीचे निर्धारण प्रामुख्याने ..... घटक करतो.

(संस्कृती, सवय, किंमत, उत्पन्न)

vi) ना नफा व्यापारी संस्थांना कर भरण्यापासून ..... कडून सूट मिळते.

(सरकार, मालक, ग्राहक, यापैकी नाही)

प्रश्न 2) योग्य जोड्या लावा. [5]

गट अ	गट ब
i) विक्री अनुमान	विक्री महसुल व खर्चाचा अंदाज
ii) विना नफा संस्था	वस्तू संस्था
iii) विपणन संस्था	वस्तूचे स्वरूप
iv) ब्रँड स्थिती	सेवा हेतू
v) विक्री अंदाजपत्रक	भविष्यकालीन विक्रीचा अंदाज

प्रश्न 3) टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन) [10]

- अ) विक्री अंदाजपत्रक
- ब) विना नफा संस्थेचे महत्व
- क) विपणन संस्थांची आवश्यकता
- ड) चिन्हांकन व्युहरचनेचे घटक

प्रश्न 4) अ) मागणी म्हणजे काय? मागणीचे निर्धारक घटक कोणते? [8]

ब) विना नफा संस्थांचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. [7]

प्रश्न 5) अ) विपणन संस्था म्हणजे काय? विपणन संस्थांची तत्वे सांगा. [8]

ब) चिन्हांकन व्युहरचना निर्मितीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. [7]

