

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

P-5893

[Total No. of Pages : 4

[6142]-513

T.Y. B.Com.

355(H) : MARKETING MANAGEMENT - II
(2019 Pattern) (CBCS) (Semester - V)

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 blank with the most appropriate alternative (any Five) :

[5]

- i) The purpose of non-profit organizations is to _____.
(provide services, earning income, making a profit)
- ii) Identification of source of product is important to the _____.
(Employee, Consumer, Government)
- iii) _____ is the process of estimating a company's sales revenue for a specific time period, commonly a month, quarter, or year.
(Market demand, Sales forecasting, Marketing)
- iv) _____ a characteristic of this organizational structure is that it is done on two or more bases.
(Geographical, Matrix, Functional)
- v) _____ are concerned with creating a lasting impression among consumers, improving product sales and market share.
(Brand Manager, Consumer, Manufacturer)
- vi) All the _____ try to impress the brand of their product in the mind of the consumer.
(Manufacturer, Purchaser, Customer)

P.T.O.

B) Match the following :

[5]

Column A	Column B
i) Irregular Demand	a) Sales Forecasting
ii) Delphi Technique	b) Seasonal Goods
iii) Government Schemes	c) Same brand same item
iv) Functional Marketing Organization	d) Digital India
v) Line Marketing Strategy	e) Simple and common type

Q2) Write a short note (any two) :

[10]

- a) Determinants of Demand
- b) Non-Profit Organization
- c) Customer Oriented Marketing Organization
- d) Umbrella Brand Strategy

Q3) a) Elaborate the techniques of Sales forecasting.

[8]

b) Explain the problems of the Non-Profit Organization.

[7]

Q4) a) Explain the factors affecting on Marketing Organization.

[8]

b) Explain the various types of Brand Building Strategies.

[7]

☼☼☼☼

[6142]-513

T.Y. B.Com.

355(H) : MARKETING MANAGEMENT - II

(2019 Pattern) (CBCS) (Semester - V)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 2½ तास]

[एकूण गुण : 50

- सूचना : 1) सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहेत.
2) उजवीकडे दिलेली संख्या पूर्ण गुण दर्शवतात.

- प्रश्न 1) अ) योग्य पर्याय निवडून रिक्त जागा भरा (कोणत्याही 5) [5]
- i) अव्यवसायिक संस्थांचा उद्देश हा असतो.
(सेवा पुरविणे, उत्पन्न मिळविणे, नफा मिळविणे)
- ii) उत्पादनाचा स्रोत ओळखणे हे साठी महत्वाचे आहे.
(कामगार, ग्राहक, शासन)
- iii) ही एखाद्या विशिष्ट कालावधीसाठी, सामान्यतः एक महिना, तिमाही किंवा वर्षासाठी कंपनीच्या विक्री उत्पन्नाचा अंदाज लावण्याची प्रक्रिया आहे.
(बाजार मागणी, विपणन, विक्रीअंदाज)
- iv) संघटन रचनेचे वैशिष्ट्य म्हणजे दोन किंवा अधिक आश्चर्यावर कार्याचे भेद केले जातात.
(भौगोलिक, ढाचात्मक, कार्यात्मक)
- v) ग्राहकांमध्ये कायमस्वरूपी प्रभाव निर्माण करणे, उत्पादनांची विक्री आणि बाजारातील हिस्सा सुधारणे शी संबंधित आहे.
(ब्रँड मॅनेजर, ग्राहक, उत्पादक)
- vi) सर्व आपल्या उत्पादनाचा ब्रँड ग्राहकाच्या मनात ठसवण्याचा प्रयत्न करतात.
(उत्पादक, खरेदीदार, ग्राहक)

ब) योग्य जोड्या जुळवा.

[5]

रकाना अ	रकाना ब
i) अनियमित मागणी	अ) विक्री अंदाज
ii) डेलफी तंत्र	ब) हंगामी वस्तू
iii) शासकीय योजना	क) एकच ब्रँड एकच वस्तू
iv) कार्यात्मक विपणन संघटना	ड) डिजिटल इंडिया
v) रेषा चिन्हांकन व्यूहरचना	इ) सोपा व सर्वसामान्य प्रकार

प्रश्न 2) थोडक्यात टिपा लिहा (कोणत्याही दोन)

[10]

- मागणीचे निर्धारक घटक
- विना नफा संघटना/ संस्था
- ग्राहकाभिमुख विपणन संघटना
- एकछत्री चिन्हांकन व्यूहरचना

प्रश्न 3) अ) विक्रीचा अंदाज वर्तवण्याची तंत्रे विशद करा.

[8]

ब) विना नफा संघटनेच्या समस्या स्पष्ट करा.

[7]

प्रश्न 4) अ) विपणन संस्थेवर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा.

[8]

ब) चिन्हांकन बांधणी व्यूहरचनेचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.

[7]

