Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

PE1089

[Total No. of Pages : 4

[6525]-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 of the questions.***

Q1) A) Fill in the blanks with the most appropriate alternative. (Any five) **[5]**

i) Demand created in the minds of consumers for a product that is not available in the market is _____.

(Negative Demand, Declining Demand, Latent Demand)

ii) _____ this organization is the process of measuring the value and authenticity of a product or service.

(Price, Mark, Goodwill)

iii) _____ is the organization focuses on personal or online programs to promote non-profit organization.

(Social Media Marketing, Event Marketing, Email Marketing)

iv) A formal plan used by a business to create a specific image of itself in the minds of current and potential customers is _____.

(Sign Strategy, Sign Development, Sign Plan)

v) _____ means the information stored by the customer about the product or service in their memory.

(Cognitive dissonance, product research, product rehabilitation)

vi) _____ this process is the basic basis for estimating the sales revenue for a particular period, mainly monthly, quarterly, half-yearly or yearly.

(Sales Forecasting, Market Demand, Marketing)

vii) The topmost element in a modern marketing organization is ____

(Seller, Customers, Suppliers)

SPPUQuestionPapers.com

P.T.O.

B) Match the correct pairs. **[5]**

Column-A		Column-B	
i)	Will backed by economic power	a)	Departmentalization
ii)	Sales forecasting method	b)	Primary step of strategy formulation
iii)	Allocation of tasks to other employees	c)	Very large market
iv)	Symbol Development	d)	Demand
v)	Marketing organization on geographical basis	e)	Ratio Analysis

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

a) Customer oriented marketing organization.

b) Use of sales forecasting.

c) Changing role of the marketer.

d) Major problems of Non-Professional Organization.

Q3) a) Explain the meaning & importance of sales forecasting. **[8]**

b) What is sales budget? Explain the important elements of sales budget. **[7]**

Q4) a) Explain the advantages and disadvantages of marketing organization on Geographical basis. **[8]**

b) Explain the factors affecting modern marketing organization. **[7]**



SPPUQuestionPapers.com

Total No. of Questions : 4]

PE1089

[6525]-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 अनिवार्य आहेत.

2) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र.*1)* अ) योग्य पर्याय निवडून रिक्त जागा भरा. (कोणत्याही पाच) **[5]**

i) बाजारपेठेत उपलब्ध नसलेल्या उत्पादनासाठी ग्राहकांच्या मनात निर्माण होणारी मागणी म्हणजे ..... होय.

(नकारात्मक मागणी, घटती मागणी, सुप्त मागणी)

ii) ..... ही संस्था उत्पादन किंवा सेवेच मूल्य आणि सत्यता मोजण्याची प्रक्रिया आहे.

(किंमत, चिन्ह, नावलौकिक)

iii) ..... हे ना नफा मिळविणाऱ्या संस्थेला प्रोत्साहन देण्यासाठी वैयक्तिकरित्या किंवा ऑनलाईन कार्यक्रमांवर संघटना लक्ष केंद्रित करते.

(सोशल मीडिया मार्केटिंग, इव्हेंट मार्केटिंग, ई–मेल मार्केटिंग)

iv) वर्तमान आणि संभाव्य ग्राहकांच्या मनात स्वत:ची विशिष्ट प्रतिमा तयार करण्यासाठी व्यवसायाद्वारे वापरलेली औपचारिक योजना म्हणजे ..... होय.

(चिन्ह व्यूहरचना, चिन्ह विकास, चिन्ह योजना)

v) ..... म्हणजे ग्राहकाने उत्पादन किंवा सेवेबद्दल त्यांच्या स्मृतीमध्ये संग्रहित केलेली माहिती होय.

(संज्ञानात्मक विसंगती, उत्पादन संशोधन, उत्पादन पुनर्वसन)

vi) ..... ही प्रक्रिया एखाद्या विशिष्ट कालावधीसाठी, प्रामुख्याने मासिक, त्रैमासिक, अर्धवार्षिक किंवा वार्षिक स्वरूपाच्या विक्री उत्पन्नाचा अंदाज लावण्याची मूळ आधार आहे.

(विक्री अंदाज, बाजार मागणी, विपणन)

vii) आधुनिक विपणन संस्थेत सर्वोच्च स्थानी असलेला घटक म्हणजे .....

(विक्रेते, ग्राहक, पुरवठादार)

SPPUQuestionPapers.com

ब) योग्य जोड्या जुळवा. [5]

	रकाना 'अ'		रकाना 'ब'
i)	आर्थिक शक्तीचे पाठबळ लाभलेली इच्छा	अ)	विभागीकरण
ii)	विक्री अंदाज पद्धत	ब)	व्यूहरचनेची प्राथमिक पायरी
iii)	कार्यांचे इतर कर्मचाऱ्यांमध्ये वाटप	क)	खूप मोठी बाजारपेठ
iv)	चिन्ह विकास	ड)	मागणी
v)	भौगोलिक आधारावर विपणन संघटना	इ)	गुणोत्तर विश्लेषण

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

अ) ग्राहकाभिमुख विपणन संघटना

ब) विक्री पूर्वानुमानाचा उपयोग

क) विपणनकर्त्याची बदलती भूमिका

ड) अव्यावसायिक संघटनेच्या प्रमुख समस्या

प्र.3) अ) विक्री पूर्वानुमान म्हणजे काय? ते सांगून त्याचे महत्त्व स्पष्ट करा. [8]

ब) विक्री अंदाजपत्रक म्हणजे काय? विक्री अंदाजपत्रकातील मुख्य घटक स्पष्ट करा. [7]

प्र.4) अ) भौगोलिक आधारावरील विपणन संघटनेचे फायदे व तोटे स्पष्ट करा. [8]

ब) आधुनिक विपणन संघटनेवर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा. [7]



SPPUQuestionPapers.com