

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

PA-1862

[Total No. of Pages : 4

[5952]-606

T.Y. B.Com.

**365 (a) : BUSINESS ADMINISTRATION - II**  
**Human Resource Management & Marketing**  
**(2019 Pattern) (CBCS) (Semester - VI)**

*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 most appropriate alternative (Any 5) : **[5]**

- i) \_\_\_\_\_ is an objective of marketing.
  - a) Profitable sales volume
  - b) Improve the quality of product
  - c) Product Development
  - d) None of the above
- ii) Mass Marketing is \_\_\_\_\_.
  - a) A strategy
  - b) An Advertisement
  - c) Product life cycle
  - d) None of the above
- iii) Brand can be prepared through \_\_\_\_\_.
  - a) Logo
  - b) Name
  - c) Sound
  - d) All of the above
- iv) \_\_\_\_\_ buy products & \_\_\_\_\_ use product.
  - a) Consumer & Customers
  - b) Customers & consumer
  - c) Buyers & Sellers
  - d) Buyers & customers

**P.T.O.**



Total No. of Questions : 4]

PA-1862

[5952]-606

T.Y. B.Com.

365 (a) : BUSINESS ADMINISTRATION - II

Human Resource Management & Marketing

(2019 Pattern) (CBCS) (Semester - VI)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 2½ तास ]

[ एकूण गुण : 50

सूचना:

- 1) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे.
- 2) उजवीकडील अंक हे संपूर्ण गुण दर्शवितात.

प्रश्न 1) अ) रिकाम्या जागा भरा (कोणत्याही 5) :

[5]

i) ..... हा विपणनाचा उद्देश आहे.

अ) मोठ्या प्रमाणावर फायदेशीर विक्री

ब) उत्पादनाची गुणवत्ता सुधारणे

क) वस्तू विकास

ड) वरील पैकी काहीही नाही

ii) मोठ्या प्रमाणावरील विपणन हे ..... आहे.

अ) धोरण

ब) जाहिरात

क) वस्तू जीवनचक्र

ड) वरील पैकी काहीही नाही

iii) ..... च्या साहाय्याने व्यापारी चिन्ह तयार केले जाते.

अ) लोगो

ब) नाव

क) ध्वनी

ड) वरील सर्व

iv) ..... वस्तू खरेदी करतात आणि ..... वस्तूंचा वापर करतात.

अ) उपभोक्ता आणि ग्राहक

ब) ग्राहक आणि उपभोक्ता

क) खरेदीदार आणि विक्रेता

ड) खरेदीदार आणि ग्राहक

v) सामाजिक विपणन संकल्पना ..... शी संबंधित आहे.

अ) उत्पादन

ब) ग्राहक शिक्षण

क) समाज

ड) वरीलपैकी सर्व

vi) ..... हे 'डिजीटल विपणनामध्ये समाविष्ट होत नाही.

अ) टी.व्ही.

ब) रेडीओ

क) किंमत फलक

ड) वरील सर्व

ब) जोड्या लावा :

[5]

रकाना 'अ'

रकाना 'ब'

i) विक्री

अ) पर्यावरणीय सुरक्षितता

ii) संवेष्टन

ब) वर्तमानपत्र

iii) किंमत पद्धती

क) किरकोळ खर्च किंमत

iv) जाहिरतीचा प्रकार

ड) आकर्षक कव्हर

v) हरीत विपणन

ई) उत्पादनाधारीत दृष्टीकोण

प्रश्न 2) टिपा लिहा (कोणत्याही 2) :

[10]

अ) विपणनाची व्याप्ती

ब) विपणन मिश्रचे 7 पी

क) हरीत विपणन

ड) किंमत निश्चितीचे उद्देश

प्रश्न 3) अ) बाजारपेठ व्याख्या द्या. बाजारपेठेचे प्रकार स्पष्ट करा.

[8]

ब) विपणन मिश्रवर परीणाम करणारे पर्यावरणीय घटक स्पष्ट करा.

[7]

प्रश्न 4) अ) वस्तू जीवन चक्र म्हणजे काय? वस्तूजीवन चक्राची आवश्यकता स्पष्ट करा.

[8]

ब) विपणनातील नवीन प्रवाह स्पष्ट करा.

[7]

