

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

P-5920

[Total No. of Pages : 4

[6142]-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 the most appropriate alternative (any Five) : [5]

- i) Marketing is a process which aims at _____.
 - a) Production
 - b) Profit-making
 - c) The satisfaction of customer needs
- ii) _____ is the father of Modern Marketing.
 - a) Abraham Maslow
 - b) Philip Kotler
 - c) Peter Drucker
- iii) Want for a specific product backed by an ability to pay is called _____.
 - a) Demand
 - b) Need
 - c) Want
- iv) _____ is not a type of Marketing Concept.
 - a) production concept
 - b) supplier concept
 - c) selling concept

P.T.O.

- v) _____ is a combination of quality, service & price
- Marketing Triad
 - Customer Value Triad
 - Service Quality Triad
- vi) _____ is the major objective of any marketing activity in the world.
- Production
 - Selling
 - Assembling

B) Match the following : [5]

Column A

Column B

- | | |
|----------------------|--|
| i) Product | a) Confectionery |
| ii) Retailer | b) Cost plus pricing |
| iii) Markup pricing | c) Standardized grade name for agricultural products |
| iv) ISI | d) Sells to the ultimate customer |
| v) Customary Pricing | e) Bundle of utilities |

Q2) Write a short note (any two) : [10]

- Objectives of Marketing
- Limitations of Market Segmentation
- Brand Loyalty
- Types of Advertising Media

Q3) a) Explain the scope and objectives of Marketing. [8]

- b) Explain the concept of Advertising and explain the different types of Advertising Media. [7]

Q4) a) State the advantages and disadvantages of market segmentation. [8]

- b) Explain concept of product life cycle. [7]



Total No. of Questions : 4]

P-5920

[6142]-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 अनिवार्य आहेत.
- 2) उजवीकडे दिलेली संख्या पूर्ण गुण दर्शवितात.

- प्रश्न 1)** अ) रिकाम्या जागा भरा. (कोणत्याही 5) [5]
- i) विपणन ही एक प्रक्रिया आहे ज्याचा उद्देश आहे.
 - अ) उत्पादन
 - ब) नफा मिळवणे
 - क) ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करणे
 - ii) हे आधुनिक विपणनाचे जनक आहेत.
 - अ) अब्राहम मास्लो
 - ब) फिलिप कोटलर
 - क) पीटर ड्रुकर
 - iii) देय देण्याच्या क्षमतेद्वारे समर्थित विशिष्ट उत्पादनाची इच्छा म्हणजे
 - अ) मागणी
 - ब) गरज
 - क) हवी
 - iv) ही विपणन संकल्पनेचा प्रकार नाही.
 - अ) उत्पादन संकल्पना
 - ब) पुरवठादार संकल्पना
 - क) विक्री संकल्पना
 - v) हे गुणवत्तेचे, सेवेचे आणि किंमत चे संयोजन आहे.
 - अ) मार्केटिंग ट्रायड
 - ब) कस्टमर व्हॅल्यू ट्रायड
 - क) सर्व्हिस क्वालिटी ट्रायड

vi) हे जगातील कोणत्याही विपणन क्रियाकलापाचे प्रमुख उद्दिष्ट आहे.

- अ) प्रमोशन
- ब) सेलिंग
- क) असेंबलिंग

ब) योग्य जोड्या जुळवा. [5]

रकाना अ	रकाना ब
i) उत्पादन	अ) कन्फेक्शनरी
ii) किरकोळ विक्रेता	ब) किंमत अधिक किंमत
iii) मार्कअप किंमत	क) कृषी उत्पादनांसाठी प्रमाणित श्रेणीचे नाव
iv) ISI	ड) अंतिम ग्राहकाला विकतो
v) प्रचलित किंमत	इ) उपयुक्तता बंडल

प्रश्न 2) थोडक्यात टिपा लिहा. (कोणत्याही 2) [10]

- अ) विपणनाची उद्दिष्टे
- ब) बाजारपेठ विभाजनाच्या मर्यादा
- क) चिन्हांकन निष्ठा
- ड) जाहिरात माध्यमाचे प्रकार

प्रश्न 3) अ) विपणनाची व्याप्ती आणि उद्दिष्टे स्पष्ट करा. [8]

ब) जाहिरात ही संकल्पना स्पष्ट करून जाहिरात माध्यमांचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. [7]

प्रश्न 4) अ) बाजार विभाजनाचे फायदे व तोटे सांगा. [8]

ब) वस्तू जीवनचक्र ही संकल्पना स्पष्ट करा. [7]

