

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

PC1072

[Total No. of Pages : 4

[6315]-406

T.Y.B.Com.

365 (a) : BUSINESS ADMINISTRATION - II

Marketing

(2019 Pattern) (Semester - VI)

Time : 2½ Hours]

[Max. Marks : 50

Instructions to the candidates:

- 1) All questions are compulsory.*
- 2) Figures to the right side indicate full marks.*

Q1) A) Multiple choice questions. (Any five) [5]

- i) Marketing is important to the _____.
 - a) economy
 - b) companies
 - c) consumers
 - d) all of these
- ii) Marketing is a process of converting the potential customers into _____.
 - a) Actual Customers
 - b) Prospective customers
 - c) Marketers
 - d) None of these
- iii) The Toyota Corporation which produces several different brands of cars is an example of _____.
 - a) Mass Marketing
 - b) Segmented Marketing
 - c) Niche Marketing
 - d) Micro Marketing
- iv) _____ is defined as communication with large number of customers at the same time.
 - a) Personal Selling
 - b) Sales Promotion
 - c) Mass Selling
 - d) All of the above
- v) Which of the following has a major influence on pricing decisions?
 - a) Customer; Demand
 - b) Actions of Competitors
 - c) Costs
 - d) Political, legal and image-related issues
- vi) What is advertising?
 - a) Non personal
 - b) Sales Promotion
 - c) Paid Information
 - d) All of the above

P.T.O.

B) Match the following. [5]

Group A	Group B
i) Brand	a) Promotion Mix
ii) Advertising	b) Place Concept
iii) Physical Market	c) Small Segment
iv) Niche Marketing	d) Symbol, Name, Word or Combination of them
v) Service	e) Includes People, Process & Physical Evidence

Q2) Write Short Notes (Any two) [10]

- a) Importance of Marketing
- b) Limitation of Market Segmentation
- c) Objective of Pricing
- d) Green Marketing

Q3) a) What is 'Marketing'? What are the functions of Marketing? [8]

b) What is 'Market Segmentation'? Explain the methods of Market Segmentation. [7]

Q4) a) Explain in detail various Pricing Methods. [8]

b) Explain in detail Recent Trends in Marketing. [7]



Total No. of Questions : 4]

PC1072

[6315]-406

T.Y.B.Com.

365 (a) : BUSINESS ADMINISTRATION - II

Marketing

(2019 Pattern) (Semester - VI)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 2½ तास]

[एकूण गुण : 50

- सूचना :- 1) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहेत.
2) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र.1) अ) बहुपर्यायी प्रश्न. (कोणतेही पाच)

[5]

- i) विपणन हे साठी महत्वाचे आहे.
अ) अर्थव्यवस्था ब) कंपन्या
क) ग्राहक ड) वरील सर्व
- ii) विपणन ही मध्ये रूपांतरित करण्याची प्रक्रिया आहे.
अ) वास्तविक ग्राहक ब) भविष्यकालीन ग्राहक
क) बाजारपेठ धारक ड) यापैकी काहीही नाही
- iii) टोयाटो कॉर्पोरेशन जे वेगवेगळ्या ब्रँडच्या कारचे उत्पादन करते ते याचे उदाहरण आहे.
अ) मास मार्केटिंग ब) विभागीय विपणन
क) निश मार्केटिंग ड) सूक्ष्म विपणन
- iv) एकाच वेळी मोठ्या संख्येने ग्राहकांशी संवाद म्हणून परिभाषित केले जाते.
अ) वैयक्तिक विक्री ब) विक्री प्रोत्साहन
क) मोठ्या प्रमाणावर विक्री ड) वरील सर्व
- v) किमतीच्या निर्णयावर खालीलपैकी कोणाचा मोठा प्रभाव आहे?
अ) ग्राहकाची मागणी
ब) प्रतिस्पर्ध्यांच्या कृती
क) खर्च
ड) राजकीय, कायदेशीर आणि प्रतिभा-संबंधित समस्या
- vi) जाहिरात म्हाणजे काय?
अ) प्रसिद्धी ब) विक्री प्रोत्साहन
क) सशुल्क माहिती ड) वरील सर्व

ब) जोड्या लावा.

[5]

गट-अ

गट-ब

i) व्यापार चिन्हांकन (ब्रँड)

अ) प्रवर्तन मिश्र

ii) जाहिरात

ब) स्थान संकल्पना

iii) भौतिक बाजार

क) छोटा विभाग

iv) निश मार्केटिंग

ड) चिन्ह, नाव, शब्द किंवा त्यांचे संयोजन

v) सेवा

इ) लोक, प्रक्रिया आणि प्रत्यक्ष पुरावा यांचा समावेश

प्र.2) टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन)

[10]

अ) विपणनाचे महत्त्व

ब) विपणन विभागीकरणाच्या मर्यादा

क) किंमत धोरणाची उद्दिष्टे

ड) हरित विपणन

प्र.3) अ) 'विपणन' म्हणजे काय? विपणनाची कार्ये कोणती आहेत?

[8]

ब) 'बाजारपेठ विभागीकरण' म्हणजे काय? बाजारपेठ विभागीकरणाच्या पद्धती स्पष्ट करा.

[7]

प्र.4) अ) किंमत धोरणाच्या विविध पद्धती सविस्तर स्पष्ट करा.

[8]

ब) विपणनातील सद्यकालीन प्रवाहाचे सविस्तर स्पष्ट करा.

[7]

