

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

**PC1008**

[Total No. of Pages : 4

[6315]-113

**S.Y.B.Com.**

**236 H : MARKETING MANAGEMENT - I**

**(2019 Pattern) (Semester - III)**

*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) Multiple choice questions. (Any 5) [5]**

- i) The basic objective of marketing management is to maintain, increase and satisfy\_\_\_\_\_.
  - a) Vendors
  - b) Producers
  - c) Customers
  - d) Mediator
- ii) Motivations that lead a consumer to purchase goods are called \_\_\_\_\_.
  - a) Purchase motivation
  - b) Consumption motivation
  - c) Psychological motivation
  - d) Product motivation
- iii) Attitude which motivates a person to perform a task is called \_\_\_\_\_.
  - a) Training
  - b) Organization
  - c) Direction
  - d) Motivation
- iv) It is necessary to consider the mind-set of \_\_\_\_\_ while marketing planning.
  - a) Seller
  - b) Customers
  - c) Government
  - d) Employees
- v) Systematic effort to obtain necessary suggestions for solving marketing problems is called \_\_\_\_\_.
  - a) Marketing Management
  - b) Marketing Planning
  - c) Marketing Research
  - d) Sustainable Marketing

**P.T.O.**

vi) Interview and Observation methods are used to collect \_\_\_\_\_ and data.

- a) Secondary Information                      b) Primary Information  
c) Numerical Information                      d) Commercial Information

B) Match the following pairs. [5]

Group A

Group B

- i) Motivation, Habits, Learning, Beliefs                      a) Determining Marketing Mix  
ii) Maslow                      b) Government Publications  
iii) Marketing Strategy                      c) Long Term Precise Planning of Marketing  
iv) Secondary Information                      d) Theory of Needs  
v) Marketing Program Planning                      e) Psychological Factors of Consumer Behaviour

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

- a) Philosophy of marketing management  
b) Importance of marketing strategy  
c) Importance of marketing planning  
d) Role of marketing research

**Q3) a) What is Marketing Management? Explain the nature and scope of marketing management. [8]**

b) What is Marketing Strategy? Explain the design/structure of structure of marketing strategy. [7]

**Q4) a) What is Marketing Planning? Explain the main components of marketing Planning. [8]**

b) Explain the objectives of marketing research. [7]





vi) ..... आणि आकडेवारी गोळा करण्यासाठी मुलाखत व निरीक्षण पद्धतीचा वापर केला जातो.

अ) दुय्यम माहिती

ब) प्राथमिक माहिती

क) संख्यात्मक माहिती

ड) व्यावसायिक माहिती

ब) खालील जोड्या लावा.

[5]

गट-अ

गट-ब

i) प्रेरणा, सवयी, अभ्यास, विश्वास

अ) विपणन मिश्र ठरविणे

ii) मॅस्तो

ब) सरकारी प्रकाशने

iii) विपणन व्यूहरचना

क) विपणनाचे दीर्घकालीन काटेकोर नियोजन

iv) दुय्यम माहिती

ड) गरजांचा सिद्धांत

v) विपणन कार्यक्रम नियोजन

इ) ग्राहक वर्तणुकीचे मानसशास्त्रीय घटक

प्र.2) टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन)

[10]

अ) विपणन व्यवस्थापनाचे तत्त्वज्ञान

ब) विपणन व्यूहरचनेचे महत्त्व

क) विपणन नियोजनाचे महत्त्व

ड) विपणन संशोधनाची भूमिका

प्र.3) अ) विपणन व्यवस्थापन म्हणजे काय? विपणन व्यवस्थापनाचे स्वरूप व व्याप्ती स्पष्ट करा.

[8]

ब) विपणन व्यूहरचना म्हणजे काय? विपणन व्यूहरचनेची आखणी/रचना स्पष्ट करा.

[7]

प्र.4) अ) विपणन नियोजन म्हणजे काय? विपणन नियोजनाचे मुख्य घटक स्पष्ट करा.

[8]

ब) विपणन संशोधनाचे उद्देश स्पष्ट करा.

[7]

