

18/01/20

18/01/20

18/01/20

18/01/20

Commerce : Paper V

M.H.R.M. (Marketing)

QP Code : 04307

(2 ½ Hours)

[ Total Marks : 75 ]

- N.B. : (1) All questions are compulsory.  
(2) Figures to the right indicate full marks.

1. Answer any **Two** of the following. 15

- (a) Define Marketing. Explain the importance of Marketing.
- (b) Briefly describe evolution of the Marketing concept.
- (c) Explain the term 'Digital Marketing'. Discuss various forms of Digital Marketing.

2. Answer any **Two** of the following. 15

- (a) Explain the term Marketing Information System. Describe the components of Marketing Information System.
- (b) What is meant by Consumer Behaviour? Briefly explain various factors influencing Consumer Behaviour.
- (c) Define Market Segmentation. Briefly explain the importance of Market Segmentation.

3. Answer any **Two** of the following. 15

- (a) Explain the meaning of Marketing Mix. "The Success of a firm depends on the blending of Marketing Mix". Explain.
- (b) What is Brand Equity? Discuss the factors influencing Brand Equity.
- (c) What is Pricing? Explain the objectives of Pricing in brief.

4. Answer any **Two** of the following. 15

- (a) Explain the term Physical Distribution. Discuss different types of distribution channels for consumer products.
- (b) What is Publicity? Describe the features of Publicity in brief.
- (c) What is meant by Integrated Marketing Communication? Explain the various components of Integrated Marketing Communication.

5. (a) Fill in the blanks by choosing the appropriate options given below :- 5

- (i) According to \_\_\_\_\_ concept, consumers will prefer products that offer best quality, performance or innovative features.  
(a) Product (b) Exchange (c) Selling (d) Production
- (ii) \_\_\_\_\_ data refers to the information which is readily available.  
(a) Primary (b) Secondary (c) Section (d) Political
- (iii) Under \_\_\_\_\_ pricing strategy, higher price is charged at the time of introduction.  
(a) Penetration (b) Skimming (c) Follow the leader (d) Dual

(iv) Brand \_\_\_\_\_ is a strategy in which a firm uses an existing brand name to introduce a new product.

- (a) Extension (b) Positioning (c) Equity d) Loyalty  
 (v) Advertising is \_\_\_\_\_ in nature.  
 (a) Private (b) Personal (c) Non-personal d) Direct

5. (b) State whether the following statements are **True** or **False**.  
 (i) Green Marketing is restricted to marketing of products only.  
 (ii) Consumer behaviour is always predictable.  
 (iii) The marketing mix variables need not be interlinked to one another.  
 (iv) Viral Marketing is E-word of mouth.  
 (v) Logistics relates to physical distribution of goods.

5. (c) Match the following :-

Group 'A'	Group 'B'
(1) Buying Process	(a) Small but profitable ✓
(2) Direct Marketing	(b) Samples
(3) Break Even Point	(c) Need recognition
(4) Niche Marketing	(d) No intermediary ✓
(5) Sales promotion	(e) Industrial Products ✓
	(f) Logo
	(g) Recovery of Cost ✓

(मराठी रूपांतर)  
(2 ½ Hours)

एकूण गुण : ७५

- प्रश्नाः (१) सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.  
(२) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.  
(३) मूळ इंग्रजी प्रश्न प्रमाण मानावेत.

पुढीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या. १५

- (अ) विपणन या संज्ञेची व्याख्या लिहा. विपणनाचे महत्त्व थोडक्यात स्पष्ट करा.  
(ब) विपणन संकल्पनांची उत्क्रांती थोडक्यात स्पष्ट करा.  
(क) डिजिटल विपणन म्हणजे काय? डिजिटल विपणनाचे विविध प्रकार विशद करा.

पुढीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या. १५

- (अ) विपणन माहिती पद्धतीचा अर्थ सांगून त्याच्या घटकांची चर्चा करा.  
(ब) ग्राहक वर्तन म्हणजे काय हे सांगून ग्राहक वर्तनावर परिणाम करणाऱ्या घटकांची चर्चा करा.  
(क) विपणी विभागीकरणाची व्याख्या लिहा. विपणी विभागीकरणाने महत्त्व थोडक्यात विशद करा.

पुढीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या. १५

- (अ) विपणन मिश्र म्हणजे काय? "व्यवसायाचे यश हे विपणन मिश्राच्या सुयोग्य प्रमाणावर अवलंबून आहे." या विधानाची चर्चा करा.  
(ब) मुद्रा इक्विटी म्हणजे काय? मुद्रा इक्विटीवर प्रभाव पाडणाऱ्या घटकांची थोडक्यात चर्चा करा.  
(क) किंमत प्रक्रिया म्हणजे काय? किंमत उद्दिष्टे काय आहेत हे थोडक्यात विशद करा.

पुढीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या. १५

- (अ) भौतिक वितरण म्हणजे काय? ग्राहकोपयोगी वस्तुंच्या विपणनाकरिता असलेल्या वितरण साखळीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.  
(ब) प्रसिद्धी म्हणजे काय? प्रसिद्धीची वैशिष्ट्ये सांगा.  
(क) एकात्मिक विपणन संज्ञापन म्हणजे काय? त्याचे वेगवेगळे घटक थोडक्यात स्पष्ट करा.

- (अ) पुढील दिलेल्या पर्यायांमधून योग्य पर्यायाची निवड करून रिकाम्या जागा भरा. ५  
(१) विपणनाच्या ----- संकल्पनेत ग्राहक वस्तुंची निवड करताना उच्च दर्जा, कार्यक्षमता किंवा नाविन्यपूर्ण वैशिष्ट्यांना प्राधान्य देतात.  
(अ) वस्तु (ब) विनिमय (क) विक्री (ड) उत्पादन

- (२) उपलब्ध असलेल्या माहितीतून मिळविलेल्या तथ्यांना ----- सामग्री असे म्हणतात.  
 (अ) प्राथमिक (ब) दुय्यम (क) विभागीय (ड) राजकीय
- (३) ----- किंमत धोरणात वस्तुप्रवेशाच्या वेळेसच उच्चतम किंमत आकारली जाते.  
 (अ) अतिशय कमी (ब) लोणी काढणे.  
 (क) विपणीनेत्यानुसार (ड) दुहेरी.
- (४) व्यवसाय जेव्हा नवीन उत्पादनास प्रचलित असलेल्या उत्पादनाचीच मुद्रा वापरण्याचे धोरण स्वीकारतो त्यास मुद्रा ----- म्हणतात.  
 (अ) विस्तार. (ब) स्थान. (क) इक्विटी. (ड) विश्वासार्हता.
- (३) जाहिरात ही ----- स्वरूपाची असते.  
 (अ) खासगी. (ब) वैयक्तिक. (क) अवैयक्तिक. (ड) प्रत्यक्ष.

(ब) खालील विधाने सत्य किंवा असत्य ते सांगा.

- (१) हरित विपणन संकल्पना ही फक्त वस्तुंच्या विपणनांकरिताच वापरली जाते.  
 (२) ग्राहकवर्तनाचा नेहमीच अंदाज घेता येतो.  
 (३) विपणन मिश्राचे विविध घटक एकमेकांशी संबंधित असणे आवश्यक नसते.  
 (४) व्हायरल विपणन हे ई-मौखिक (E-Word of mouth) स्वरूपाचे आहे.  
 (५) लॉजिस्टिक हे मालाच्या भौतिक वितरणाशी संबंधित आहे.

(क) जोड्या लावा.

'अ गट'

- (१) खरेदी प्रक्रिया  
 (२) प्रत्यक्ष विपणन  
 (३) ना नफा ना तोंटा बिंदु  
 (४) लघुत्तम विपणन  
 (५) विक्री संवर्धन

'ब गट'

- (अ) छोटे पण नफेशीर  
 (ब) नमुना  
 (क) गरज ओळखणे  
 (ड) मध्यस्थांची अनुपस्थिती.  
 (ई) औद्योगिक उत्पादन  
 (फ) द्योतक (लोगो)  
 (ग) उत्पादनखर्चाची परिपूर्ती.