

TILAK MAHARASHTRA VIDYAPEETH, PUNE
BACHELOR OF COMMERCE (B.COM)
EXAMINATION: DECEMBER- 2024
SIXTH SEMESTER

Subject: Marketing Management I (BCOM19-307M)

Date: 10/12/2024

Total marks: 100

Time: 10:00 a.m. to 1:00 p.m.

- Instructions:** 1) Attempt all Questions
2) Figures to the right indicate full marks

Q. 1. (A) Answer the multiple-choice questions (Any 10) (10)

1. Rural communication needs -----and innovation.
a) creativity b) price
c) market d) None of them
2. Rural demand is more -----compared to urban demand.
a) easy b) cheaper
c) seasonal d) None of them
3. In the absence of -----, product occupies dominant position.
a) Price b)Marketing Mix
c) Promotion d) None of them
4. The main intention to ----- is to determine the reaction of probable buyers.
a) test marketing b) sale
c) profit d) None of them
5. The term ----- is general in nature.
a) help b) service
c) need d) None of them
6. -----systems for marketing help the enterprise identify and target potential customer.
a) CRM b) Selling
c) Marketing d) None of them
7. -----research is about measuring a market and quantifying that measurement with data.
a) Quantitative b) Statistics
c) Qualitative d) None of them
8. ILO means -----
a) International Lotus Organization b) International Labour Organization
c) Indian Labour Organization d) None of them
9. ----- is consumer rights organization.
a) CGSI b) ILO
c) CRM d) None of them
10. -----is a communicative activity.
a) Profit b) Price
c) Promotion d) None of them

11. Marketing is about meeting the ----- of customers..
 - a) demand and supply
 - b) need and wants
 - c) price and cost
 - d) None of them
12. Every firm faces -----
 - a) competition
 - b) less profit
 - c) lack of capital
 - d) None of them
13. -----means to distribute.
 - a) Cost
 - b) Equality
 - c) Distribution
 - d) None of them

(B) Answer in one sentence (Any 5)

(10)

1. Importance of Marketing in Business
2. Economic Environment
3. Different types of Consumer Services
4. Explain Test Marketing.
5. What is advertising?
6. What do you mean by rural marketing?
7. Steps in Marketing Control Process

Q. 2. Write Short Notes (Any 4)

(20)

1. Marketing challenges
2. Marketing Control
3. Difficulties in Rural Marketing
4. Significance of marketing
5. Features of CRM
6. Cultural Environment.

Q. 3. Answer in 150 words (Any 3)

(30)

1. What are the factors which affects demand for agricultural products?
2. What are the four elements of the Marketing Mix?
3. Describe the objectives of Marketing Research.
4. State the difficulties in Rural Marketing.
5. Explain the role of transport Services in Marketing.

Q. 4. Answer in 300 words (Any 2)

(30)

1. Elaborate the various stages in New Product Development Process. What are the reasons for failure of a new product?
2. Define Consumer movement. Explain the role of Consumer Guidance Society in India & state its features.
3. Describe the difference between market research and marketing research.
4. What do you mean by marketing environment? State its internal and external factors.

सूचना : १) सर्व प्रश्न अनिवार्य

२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र. १. (अ) खालील प्रश्नांचे योग्य पर्याय निवडा. (कोणतेही १०)

(१०)

१. ग्रामीण संवादासाठी ----- आणि नवोन्मेष यांची गरज असते.
 अ) सर्जनशीलता ब) किंमत
 क) विपणन ड) यापैकी कोणतेही नाही
 २. ग्रामीण मागणी शहरी मागणी पेक्षा ----- असते.
 अ) सोपी ब) स्वस्त
 क) हंगामी ड) यापैकी कोणतेही नाही
 ३. ----- च्या गैरहजेरीत, उत्पादन प्रभावीपणे कार्य करते.
 अ) किंमत ब) विपणन मिश्र
 क) बढती ड) यापैकी कोणतेही नाही
 ४. ----- चा हेतू संभाव्य खरेदीदारांची प्रतिक्रिया ठरवणे हा असतो.
 अ) चाचणी विपणन ब) सेवा
 क) नफा ड) यापैकी कोणतेही नाही
 ५. ----- म्हणजे स्वभावतः सामान्य होय.
 अ) मदत ब) सेवा
 क) नफा ड) यापैकी कोणतेही नाही
 ६. ----- ही विपणन पध्दती संभाव्य ग्राहकांना ओळखणे व त्यांना लक्ष्य बनविण्याकरिता मदत करते.
 अ) सी. आर. एम. ब) विक्री
 क) विपणन ड) यापैकी कोणतेही नाही
 ७. ----- संशोधन म्हणजे बाजाराचे मोजमाप आणि अशा मोजमापाचे माहिती बरोबर मापन करणे होय.
 अ) संख्यात्मक ब) सांख्यिकी
 क) गुणात्मक ड) यापैकी कोणतेही नाही
 ८. ILO म्हणजे-----
 अ) इंटरनॅशनल लोट्स ऑर्गनायझेशन ब) इंटरनॅशनल लेबर ऑर्गनायझेशन
 क) इंडियन लेबर ऑर्गनायझेशन ड) यापैकी कोणतेही नाही
 ९. ----- ही संस्था ग्राहकांच्या हक्कांसाठी आहे.
 अ) CGSI ब) ILO
 क) CRM ड) यापैकी कोणतेही नाही
 १०. ----- म्हणजे संवादनशील क्रिया होय.
 अ) नफा ब) किंमत
 क) बढती ड) यापैकी कोणतेही नाही
 ११. विपणन म्हणजे ग्राहकांची ----- पूर्ण करणे होय.
 अ) मागणी आणि पुरवठा ब) गरज आणि जरूरत
 क) किंमत आणि खर्च ड) यापैकी कोणतेही नाही

१२. प्रत्येक उद्योग घटक ----- चा सामना करते.
अ) स्पर्धा ब) कमी नफा
क) भांडवलाची कमतरता ड) यापैकी कोणतेही नाही
१३. ----- म्हणजे वाटणे/विभागणे होय
अ) खर्च ब) समानता
क) वितरण ड) यापैकी कोणतेही नाही

(ब) एका वाक्यात उत्तरे लिहा. (कोणतेही ५)

(१०)

१. विपणनाचे व्यवसायातील महत्त्व लिहा.
२. अर्थशास्त्र पर्यावरण म्हणजे काय?
३. ग्राहक सोवांचे प्रकार स्पष्ट करा.
४. परिक्षात्मक विपणन पद्धती म्हणजे काय?
५. जाहीरात म्हणजे काय?
६. ग्रामीण विपणन म्हणजे काय?
७. विपणन नियंत्रणातील पायऱ्या लिहा.

प्र. २) टीपा लिहा. (कोणतेही ४)

(२०)

१. विपणन आव्हाने
२. विपणन नियंत्रण
३. ग्रामीण विपणनामधील अडचणी
४. विपणनाचे महत्त्व
५. स.आर.एम.ची वैशिष्ट्ये
६. सांस्कृतिक पर्यावरण

प्र. ३) खालील प्रश्नांची उत्तरे १५० शब्दांत लिहा. (कोणतेही ३)

(३०)

१. शेतीमाल वस्तू उत्पादनातील मागणीवर परिणाम करणारे घटक कोणते?
२. विपणन मिश्रणातील चार घटक कोणते आहेत.
३. विपणन संशोधनाची उद्दिष्ट्ये स्पष्ट करा.
४. ग्रामीण विपणनातील समस्या स्पष्ट करा.
५. वाहतुक सेवांची विपणनातील भूमिका स्पष्ट करा.

प्र. ४) खालील प्रश्नांची उत्तरे ३०० शब्दांत लिहा. (कोणतेही २)

(३०)

१. नवीन वस्तु विकास प्रक्रियेतील विविध पाय-या विषद करा. नवीन वस्तु/उत्पादन अयशस्वी होण्याची कारणे काय आहेत?
२. ग्राहक चळवळ म्हणजे काय? भारतातील ग्राहक मार्गदर्शन संस्थांची भूमिका आणि वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
३. बाजार संशोधन आणि विपणन संशोधनातील फरक स्पष्ट करा.
४. विपणन पर्यावरण म्हणजे काय? त्याचे अंतर्गत व बाह्य घटक स्पष्ट करा.
