

TILAK MAHARASHTRA VIDYAPEETH, PUNE
BACHELOR OF COMMERCE (B.COM)
EXAMINATION: DECEMBER- 2024
SIXTH SEMESTER
Subject: Marketing Management II (BCOM19-308M)

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. _____ buyers are those who purchase items on behalf of their business or organization
 - a) Professional
 - b) Industrial
 - c) Retail
 - d) Wholesale
2. The changing identity of Indian women & the structure of the family is driving demand for _____.
 - a) convenience
 - b) money
 - c) power
 - d) rest
3. According to Peter Drucker, _____ should produce customers and not consumers.
 - a) Buyer
 - b) Consumer
 - c) Seller
 - d) Customer
4. _____ is the development of competitive capabilities that enable firms to compete successfully against rivals from and in different countries
 - a) Globalization
 - b) Segmentation
 - c) Management
 - d) Marketing
5. Consumer Behaviour is related to _____ behaviour.
 - a) psychological
 - b) social
 - c) physical
 - d) None of these
6. Ethics is the science of _____.
 - a) economy
 - b) social
 - c) morality
 - d) biology
7. WTO means World Trade _____.
 - a) Offer
 - b) Organization
 - c) Order
 - d) Ordinary
8. Creating and maintaining customer _____ is a costly, time consuming and laborious activity.
 - a) relationship
 - b) management
 - c) database
 - d) responsibility
9. CRM means Customer _____ Management.
 - a) Retail
 - b) Reward
 - c) Range
 - d) Relationship
10. Retailer is an intermediary between _____ and customer.
 - a) buyer
 - b) manufacturer
 - c) wholesaler
 - d) None of these

11. AMA means _____ Marketing Association.
 - a) Analytical
 - b) African
 - c) American
 - d) Affirmative
12. _____ marketing refers to marketing of products in more than one country/nation.
 - a) National
 - b) Industrial
 - c) Rural
 - d) International
13. _____ is the process of dividing the market into segments based on customer characteristics and needs.
 - a) Management
 - b) Marketing
 - c) Marketing Segmentation
 - d) Controlling

(B) Answer in one sentence (Any 5) (10)

1. Write the definition of Market Segmentation
2. What do you mean by industrial marketing?
3. Write the definition of Globalization
4. Write the full form of CCC
5. Define Retailing?
6. What do you mean by Consumerism?
7. Write the definition of Marketing Management.

Q. 2. Write Short Notes (Any 4) (20)

1. Types of retailers by marketing strategy
2. Significance of CRM
3. Need of studying Buyer's Behavior
4. Essentials of market segmentation
5. Skills of marketing manager
6. Challenges of Globalization

Q. 3. Answer in 150 words (Any 3) (30)

1. Describe the social responsibilities of Marketing Manager.
2. State the various forms of organized and unorganized retailing.
3. State the difficulties related to CRM.
4. Explain the significance of International marketing for developing countries.
5. State the functions of marketing management.

Q. 4. Answer in 300 words (Any 2) (30)

1. What is Industrial marketing? What are the characteristics of industrial goods. Elaborate the future of industrial marketing.
2. What is Market Segmentation? State the benefits and limitations of market segmentation. Describe the basis for good market segmentation.
3. What are the latest trends in International Marketing?
4. Elaborate the need of International Marketing.

સૂચના : ૧) સર્વ પ્રશ્ન અનિવાર્ય

२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

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

(१०)

१. ----- खरेदीदार हे त्यांच्या व्यवसाय किंवा संघटनेच्या वतीने माल खरेदी करतात.
 अ) व्यावसायिक ब) औद्योगिक
 क) किरकोळ व्यापारी ड) घाऊक
 २. भारतीय महिलांची बदलती ओळख व कुटुंबाची रचना यामुळे ----- मागणी वाढत आहे.
 अ) सोयीसाठी ब) पैशासाठी
 क) सामर्थ्यासाठी ड) आरामासाठी
 ३. पीटर ड्रकर यांनी म्हटले आहे----- उपभोगकर्त्याची नव्हे तर ग्राहकाची निर्मीती केली पाहिजे.
 अ) खरेदीदाराने ब) उपभोगकर्त्याने
 क) विक्रेत्याने ड) ग्राहकाने
 ४. ----- म्हणजे स्पर्धात्मक क्षमतांचे विकसन ज्यामुळे कंपन्या देशातील व अन्य देशातील कंपन्यांशी यशस्वीपणे स्पर्धा करू शकतात.
 अ) जागतिकीकरण ब) विभाजन
 क) व्यवस्थापन ड) विपणन
 ५. खरेदीदाराची वर्तणूक ही त्याच्या --- वर्तणुकीशी संबंधित आहे.
 अ) मानसशास्त्रीय ब) सामाजिक
 क) शारीरिक ड) यापैकी कोणतेच नाही
 ६. नितीतत्त्व हे ----- शास्त्र आहे.
 अ) अर्थ ब) सामाजिक
 क) सदाचरणाचे ड) जीव
 ७. डब्ल्यु. टी. ओ. म्हणजे वर्ल्ड ट्रेड -----.
 अ) ऑफर ब) ऑर्गनायझेशन
 क) ऑर्डर ड) ऑर्डिनरी
 ८. ग्राहकांचा ----- तयार करणे व राखणे ही खर्चिक, वेळ काढू व परिश्रमपूर्वक क्रिया आहे.
 अ) संबंध ब) व्यवस्थापन
 क) डेटाबेस ड) जबाबदारी
 ९. सी. आर. एम. म्हणजे कस्टमर ----- मॅनेजमेंट.
 अ) रीटेल ब) रीवाई
 क) रेंज ड) रिलेशनशिप
 १०. किरकोळ व्यापारी हा ----- आणि ग्राहक यांच्यातील मध्यस्थ आहे.
 अ) खरेदीदार ब) उत्पादक
 क) घाऊक व्यापारी ड) यापैकी कोणतेच नाही
 ११. ए. एम. ए. म्हणजे ----- मार्केटिंग असोसिएशन.
 अ) ऑनलांटीकल ब) ऑफ्रीकन
 क) अमेरिकन ड) ऑफरमेटीव
 १२. ----- विपणन म्हणजे दोनपेक्षा अधिक देशातील विपणनकार्य होय.

