

9. Which of the following is a function of Marketing?
 - a) Production process
 - b) Raw material purchase
 - c) Branding
 - d) Dividend decision
10. -----is an important element of Marketing communication.
 - a) Advertising
 - b) Distribution
 - c) Pricing
 - d) Planning
11. -----is the oral presentation in a conversation with one or more prospective purchases for the purpose of making sales.
 - a) Sales Promotion
 - b) Advertisement
 - c) Personal Selling
 - d) Publicity
12. 'AMA' stands for -----Marketing Association.
 - a) Asian
 - b) American
 - c) Agency
 - d) None
13. -----is an example of Marketing Intermediary.
 - a) Manufacturer
 - b) Production Manager
 - c) Purchase Manager
 - d) Retailer

Q. 2) Write Short Note (Any 3) (15)

1. Difficulties in rural marketing
2. Importance of marketing communication
3. Features of services
4. Marketing ethics
5. Marketing Control

Q. 3) Answer the following question in 150 words. (any 2) (20)

1. Define marketing research. What are its types? Explain.
2. What do you mean by market segmentation? Explain various elements of it in detail.
3. What is the nature of consumer movement in India? State various rights of consumers.
4. State the difficulties encountered in establishing a successful CRM (Customer Relationship Management) programme

Q. 4) Answer the following question in 300 words. (any one) (15)

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.

मराठी रूपांतर

सूचना : १) सर्व प्रश्न अनिवार्य २) उजवीकडील अंक पूर्ण गुणदर्शवितात.

-
- प्र. १ खालील प्रश्नांचे योग्य पर्याय निवडा. (कोणतेही १०) (१०)
१. विपणन व्यवस्थापनाचे महत्वाचे उद्दिष्ट्य ----- हे आहे.
अ) ग्राहकाचे समाधान ब) नफा मिळवीणे
क) जास्त बाजार हिस्सा मिळवीणे ड) निकृष्ट दर्जाची उत्पादने विकणे
२. विपणन मिश्रातिल चार महत्वाचे घटक, वस्तु मिश्र, किंमत मिश्र, वितरण मिश्र आणि ----- हे आहेत.
अ) ग्राहक मिश्र ब) वेष्टण मिश्र
क) भांडवल मिश्र ड) विक्रयवृद्धी मिश्र
३. ----- हा आर्थिक पर्यावरणाचा घटक आहे.
अ) वयोगट ब) चलनवाढ
क) लोकसंख्या ड) शिक्षण
४. ----- हा नैसर्गिक पर्यावरणाचा घटक आहे.
अ) विनिमय दर ब) आयात कर
क) प्रदूषण ड) आय कर
५. विपणन म्हणजे ग्राहकाच्या ----- पूर्ण करणे होय.
अ) स्वप्ने ब) महत्वाकांक्षा
क) गरजा आणि जरूरत ड) यापैकी कोणतेही नाही
६. ----- हे अंतर्गत पर्यावरणातील घटकाचे उदाहरण आहे.
अ) कर प्रणाली ब) आर्थिक संस्था
क) कंपनी विक्रेता ड) राजकीय स्थिरता
७. CGSI हि संस्था ----- या करिता आहे.
अ) ग्राहक संरक्षण ब) शासन संरक्षण
क) उत्पादक संरक्षण ड) पुरवठादार संरक्षण
८. CRM म्हणजेच -----
अ) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन ब) ग्राहक धारणा व्यवस्थापन
क) ग्राहक श्रेणी व्यवस्थापन ड) यापैकी कोणतेही नाही
९. खालीलपैकी विपणनाचे कार्य कोणते?
अ) उत्पादन प्रक्रिया ब) कच्चा माल खरेदी
क) ब्रँडींग ड) लाभांश निर्णय
१०. ----- हा विपणन संप्रेषणाचा महत्वाचा घटक आहे.
अ) जाहिरात ब) वितरण
क) किंमतीकरण ड) नियोजन
११. एक किंवा अधिक संभाव्य खरीददारां समवेत माल विक्रीच्या हेतुने संभाषणातून केलेला तोंडी प्रस्ताव हा ----- आहे.
अ) विक्रयवृद्धी ब) जाहिरात
क) व्यक्तिगत विक्री ड) प्रसिद्धी
१२. 'AMA' म्हणजे ----- मार्केटिंग असोसिएशन.
अ) आशियन ब) अमेरिकन

- प्र. २ टीपा लिहा (कोणतेही ३) (१५)
- १ ग्रामीण विपणनातील समस्या
 - २ विपणन संवादाचे महत्त्व
 - ३ सेवेची वैशिष्ट्ये
 - ४ विपणनातील नीतितत्त्वे.
 - ५ विपणन नियंत्रण
- प्र. ३ खालील प्रश्नांची १५० शब्दांत उत्तरे द्या (कोणतेही २) (२०)
- १ विपणन संशोधन परिभाषित करा. त्याचे प्रकार काय आहेत? स्पष्ट करा.
 - २ बाजार विभाजन म्हणजे काय? त्याच्या विविध घटकांची तपशीलवार माहिती लिहा.
 - ३ भारतातील ग्राहक चळवळीचे स्वरूप स्पष्ट करा आणि ग्राहकांचे विविध हक्क लिहा
 - ४ यशस्वी सी.आर.एम (कस्टमर रिलेशनशिप मॅनेजमेंट) कार्यक्रमाची अंमलबजावणी करताना येणाऱ्या समस्या स्पष्ट करा
- प्र. ४ खालील प्रश्नांची ३०० शब्दांत उत्तरे द्या (कोणतेही १) (१५)
- १ नवीन वस्तु विकास प्रक्रियेतील विविध पाय-या विषद करा. नवीन वस्तु/उत्पादन अयशस्वी होण्याची कारण 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.