

TILAK MAHARASTRA VIDYAPEETH, PUNE
BACHELOR OF COMMERCE (B.COM.) (NEW)
MAY – 2012 EXAMINATION
SECOND YEAR

Subject: Marketing Management – I (C - 219)

Date: 21/5/2012

Marks :80

Time: 2.00 pm to 5.00 pm

Instruction: 1) All questions are compulsory.
2) Figures to the right indicate full marks.

Q.1 Answer the following in 20 words each. (Any 10) (20)

1. What do you mean by ethics in marketing?
2. What is strategic planning?
3. What is the basis of market segmentation?
4. Why marketing mix is important?
5. What are the elements of promotion mix?
6. Define Customer Relationship Management.
7. What do you mean by Market Research?
8. Which are the consumer services?
9. What do you mean by Agricultural marketing?
10. What are the functions of packaging?
11. What do you mean by retailer?
12. What is competition oriented pricing?
13. What is advertising?

Q.2 Answer the following in 50 words each. (Any 2) (10)

1. "Marketing communication through product cues" explain.
2. What are the principles of CRM?
3. Explain the concept of agri marketing.
4. What is marketing control?

Q.3 Answer the following questions in 150 words each. (Any 2) (20)

1. What are the challenges faced by the marketers today?
2. What is market segmentation? What are the types of market segmentation?
3. Explain traditional and modern approaches of a concept "Marketing".
4. Distinguish between agri product marketing and manufactured product marketing.

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

1. Define marketing management. What are the advantages and limitations of marketing in today's Indian economic scenario?
 2. "Marketing Mix is the basically a combination of four P's" explain.
 3. What do you understand by consumer education? Write in detail about Consumer Guidance Society of India.
 4. "There are some internal and external factors which affects pricing." Explain.
-

टिळक महाराष्ट्र विद्यापीठ, पुणे

बी.कॉम्.

मे - २०१२ परीक्षा

द्वितीय वर्ष

विषय: विपणन व्यवस्थापन - १ (C-२१९)

दि. २१/५/२०१२

गुण: ८०

वेळ: दु.२.०० ते सायं. ५.००

सूचना: १) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र.१ खालील प्रश्नांची २० शब्दांत उत्तरे द्या. (कोणतीही दहा)

(२०)

१. विपणनातील नितीतत्व म्हणजे काय?
२. कृती योजना नियोजन म्हणजे काय?
३. बाजार विभागीकरणाचे आधार म्हणजे काय?
४. विपणन मिश्र का महत्वाचे आहे?
५. विक्रयवृद्धी मिश्र चे घटक कोणते?
६. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाची व्याख्या लिहा.
७. बाजार संशोधन म्हणजे काय?
८. उपभोक्ता सेवा कोणत्या?
९. ग्रामीण विपणन म्हणजे काय?
१०. वस्तु बांधणीची कार्ये कोणती?
११. फुटकळ विक्रेता म्हणजे काय?
१२. स्पर्धा आधारित किंमत म्हणजे काय?
१३. जाहिरात म्हणजे काय?

प्र.२ खालील प्रश्नांची ५० शब्दांत उत्तरे लिहा. (कोणतीही दोन)

(१०)

१. 'वस्तु केंद्रामार्फत विपणन संज्ञापन' स्पष्ट करा.
२. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाची तत्वे सांगा.
३. संज्ञा स्पष्ट करा : "कृषी विपणन"
४. विपणन कार्याचे नियंत्रण म्हणजे काय?

प्र.३ खालील प्रश्नांची १५० शब्दांत उत्तरे द्या. (कोणतीही दोन)

(२०)

१. विपणन कर्त्यासमोरील आजची आव्हाने सांगा.
२. बाजार विभागीकरण म्हणजे काय? बाजार विभागीकरणाचे प्रकार सांगा.
३. विपणनाच्या पारंपारिक व आधुनिक संकल्पना स्पष्ट करा.
४. कृषी उत्पादन विपणन व उत्पादित वस्तु विपणन यांतील फरक स्पष्ट करा.

प्र.४ खालील प्रश्नांची ३०० शब्दांत उत्तरे द्या. (कोणतीही दोन)

(३०)

१. विपणन व्यवस्थापनाची व्याख्या सांगा. भारतातील विपणनाचे फायदे आणि मर्यादा सांगा.
२. "विपणन मिश्र हे मूलतः चार 'पी' चे मिश्रण असते" स्पष्ट करा.
३. 'ग्राहक शिक्षण' या संकल्पनेतून काय बोध होतो? भारतातील ग्राहक मार्गदर्शक समिती विषयी सविस्तर लिहा.
४. "उत्पादन किंमतीवर काही अंतर्गत आणि बाहेरील घटक परिणाम करतात" स्पष्ट करा.