Duration: 3 hours **Max. Marks- 100**

Note: 1. All Questions are compulsory.

2. Figures to the right indicate full marks.

Q1. A. Choose the appropriate option and fill in the blanks: (Any 10) **10**

1. Strategic marketing mainly focuses on _____ planning for achieving competitive advantage.
   a) Short-term b) Daily
   c) Long-term d) Temporary

2. The first step in the marketing research process is _____.
   a) Analyzing data b) Defining the research problem
   c) Reporting results d) Collecting data

3. The process of dividing a market into distinct groups of buyers with different needs is called market _____.
   a) Positioning b) Targeting
   c) Segmentation d) Forecasting

4. The marketing mix is commonly known as the combination of Product, Price, Place, and _____.
   a) Promotion b) Production
   c) Planning d) Processing

5. A major challenge in service positioning is _____ nature of services.
   a) Tangible b) Durable
   c) Intangible d) Visible

6. _____ is an internal factor affecting pricing.
   a) Cost b) Competition
   c)Market Demand d) Consumers

7. Physical distribution refers to the movement of goods from the place of production to the _____.
   a) Supplier b) Consumer
   c) Government d) Manufacture

8. Advertising, sales promotion, public relations, and personal selling together form the _____ mix
   a) Production b) Distribution
   c) Promotion d) Financial

muquestionpapers.com

X149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAE

9. Sales Management mainly involves planning, directing and controlling the activities of the _____ force.
   a) Production
   b) Sales
   c) Research
   d) Finance

10. A company with the largest market share in an industry is known as the market _____.
   a) Challenger
   b) Leader
   c) Follower
   d) Nicher

11. Generally Rural Consumers prefer to make payment by _____.
   a) Cash
   b) Credit Card
   c)Net Banking
   d) Digital wallet

12. _____ could be one of the factors resulting in failure of a brand.
   a) Unique Selling proposition
   b) Faulty product design
   c) Innovation
   d) CRM

Q1. B. State whether the following statements areTrue or False: (Any 10) **10**

1. Traditional marketing firms undertake SWOT analysis.
2. Marketing Information System activity is a one-time process.
3. Market targeting refers to selecting one or more market segments to serve.
4. In the decline stage of the Product Life Cycle, sales usually increase rapidly.
5. Service positioning enables firm to face market competition.
6. Pricing refers to determining the monetary value that customers must pay for a product or service.
7. Transportation and warehousing are important elements of physical distribution.
8. Advertising is a paid form communication.
9. Communication skill is important for effective selling.
10. Consumer Organisations create consumer awareness about rights of consumers.
11. Rural marketing focuses only on selling agricultural products in villages.
12. Poor promotion strategy may cause brand failure.

Q2. Answer the following: (Any two) **15**

a. What do you mean by Marketing? Explain its importance.

b. What is Marketing Research? Discuss its features.

c. Discuss the factors influencing Consumer Behaviour.

muquestionpapers.com

X149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAE

Q3. **Answer the following: (Any two)** **15**

a. Discuss the Product Decision Areas.

b. What is Product Positioning? Explain the strategies of Product Positioning.

c. Explain briefly the various Pricing Strategies.

Q4. **Answer the following: (Any two)** **15**

a. Discuss the Traditional Channels of Distribution.

b. What is Integrated Marketing Communication? Explain its importance.

c. What is Personal Selling? Explain the process of Personal Selling.

Q5. **Answer the following: (Any two)** **15**

a. Discuss various Unethical Practices in Marketing.

b. What do you mean by Digital Marketing? Explain the Trends in Digital Marketing.

c. What are the Career Options in Marketing?

Q6. **Write short notes of the following. (Any four)** **20**

a) Data Mining
b) Product Life Cycle
c) Product Packaging
d) Objectives of Pricing
e) Supply Chain Management
f) Green Marketing

muquestionpapers.com

X149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAE

मराठी रूपांतर

कालावधी: ३ तास

कमाल गुण: १००

सूचना:
१) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
२) उजव्या बाजूला दिलेले अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्रश्न १ अ) योग्य पर्याय निवडून रिकाम्या जागा भरा. (कोणतेही १०) (१०)

१) स्पर्धात्मक लाभ मिळविण्यासाठी धोरणात्मक विपणन प्रामुख्याने _____ नियोजनावर लक्ष केंद्रित करते.
अ) अल्पकालीन
ब) दैनंदिन
क) दीर्घकालीन
ड) तात्पुरते

२) विपणन संशोधन प्रक्रियेतील पहिला टप्पा म्हणजे _____.
अ) माहितीचे विश्लेषण करणे
ब) संशोधन समस्या निश्चित करणे
क) निष्कर्ष अहवाल देणे
ड) माहिती संकलन करणे

३) विविध गरजा असलेल्या खरेदीदारांच्या वेगवेगळ्या गटांमध्ये बाजारपेठेचे विभाजन करण्याच्या प्रक्रियेस बाजार _____ म्हणतात.
अ) स्थाननिश्चिती (Positioning)
ब) लक्ष्यीकरण (Targeting)
क) विभागीकरण (Segmentation)
ड) अंदाज (Forecasting)

४) विपणन मिश्रण (Marketing Mix) हे सामान्यतः उत्पादन, किंमत, स्थान आणि _____ यांच्या संयोजनाला म्हणतात.
अ) प्रोत्साहन
ब) उत्पादन
क) नियोजन
ड) प्रक्रिया

५) सेवा स्थाननिश्चितीतील एक प्रमुख आव्हान म्हणजे सेवांचा _____ स्वभाव.
अ) स्पर्शनीय
ब) टिकाऊ
क) अस्पर्शनीय
ड) दृश्यमान

६) _____ हा किंमत निर्धारणावर परिणाम करणारा अंतर्गत घटक आहे.
अ) खर्च
ब) स्पर्धा
क) बाजार मागणी
ड) ग्राहक

X149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAE
X149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAE

muquestionpapers.com

७) भौतिक वितरण म्हणजे उत्पादनाच्या ठिकाणापासून _____ पर्यंत वस्तूंची हालचाल होय.
अ) पुरवठादार
ब) ग्राहक
क) सरकार
ड) उत्पादक

८) जाहिरात, विक्री प्रोत्साहन, जनसंपर्क आणि वैयक्तिक विक्री मिळून _____ मिश्रण तयार होते.
अ) उत्पादन
ब) वितरण
क) प्रोत्साहन
ड) आर्थिक

९) विक्री व्यवस्थापनामध्ये मुख्यतः _____ दलाच्या कार्यांचे नियोजन, मार्गदर्शन आणि नियंत्रण केले जाते.
अ) उत्पादन
ब) विक्री
क) संशोधन
ड) वित्त

१०) एखाद्या उद्योगामध्ये सर्वाधिक बाजारहिस्सा असलेल्या कंपनीला बाजार _____ म्हणतात.
अ) आव्हानकर्ता
ब) नेता
क) अनुयायी
ड) निशर

११) सर्वसाधारणपणे ग्रामीण ग्राहक देयक देण्यासाठी _____ ला प्राधान्य देतात.
अ) रोख रक्कम
ब) क्रेडिट कार्ड
क) नेट बँकिंग
ड) डिजिटल वॉलेट

१२) _____ हा ब्रँड अपयशास कारणीभूत ठरू शकणाऱ्या घटकांपैकी एक असू शकतो.
अ) अद्वितीय विक्री प्रस्ताव (USP)
ब) दोषपूर्ण उत्पादन रचना
क) नाविन्य
ड) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन

ब) खालील विधाने बरोबर की चूक ते लिहा. **(कोणतेही १०)** (१०)

१) पारंपरिक विपणन संस्था SWOT विश्लेषण करतात.
२) विपणन माहिती प्रणाली ही एकदाच केली जाणारी प्रक्रिया आहे.
३) बाजार लक्ष्यीकरण म्हणजे सेवा देण्यासाठी एक किंवा अधिक बाजार विभागांची निवड करणे.
४) उत्पादन जीवनचक्राच्या अधोगती (Decline) टप्प्यात विक्री वेगाने वाढते.
५) सेवा स्थाननिश्चितीमुळे संस्थेला बाजारातील स्पर्धेला सामोरे जाणे शक्य होते.
६) किंमत निर्धारण म्हणजे ग्राहकांनी उत्पादन किंवा सेवेसाठी द्यावयाची आर्थिक किंमत निश्चित करणे होय.
७) वाहतूक आणि साठवणूक हे भौतिक वितरणाचे महत्त्वाचे घटक आहेत.
८) जाहिरात ही सशुल्क संप्रेषणाची पद्धत आहे.
९) प्रभावी विक्रीसाठी संवाद कौशल्य महत्त्वाचे असते.
१०) ग्राहक संघटना ग्राहकांच्या अधिकारांविषयी जागरूकता निर्माण करतात.

X149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAE

muquestionpapers.com

११) ग्रामीण विपणन केवळ गावांमध्ये कृषी उत्पादनांच्या विक्रीवर लक्ष केंद्रित करते.
१२) अयोग्य प्रोत्साहन धोरणामुळे ब्रँड अपयशी ठरू शकतो.

प्रश्न २ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. **(कोणतेही दोन)** (१५)
अ) विपणन म्हणजे काय? त्याचे महत्त्व स्पष्ट करा.
ब) विपणन संशोधन म्हणजे काय? त्याची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
क) ग्राहक वर्तनावर परिणाम करणाऱ्या घटकांची चर्चा करा.

प्रश्न ३ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. **(कोणतेही दोन)** (१५)
अ) उत्पादन निर्णय क्षेत्रांची चर्चा करा.
ब) उत्पादन स्थाननिश्चिती म्हणजे काय? उत्पादन स्थाननिश्चितीच्या रणनीती स्पष्ट करा.
क) विविध किंमत निर्धारण धोरणे थोडक्यात स्पष्ट करा.

प्रश्न ४ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. **(कोणतेही दोन)** (१५)
अ) वितरणाच्या पारंपरिक साखळ्यांची चर्चा करा.
ब) एकात्मिक विपणन संप्रेषण (IMC) म्हणजे काय? त्याचे महत्त्व स्पष्ट करा.
क) वैयक्तिक विक्री म्हणजे काय? वैयक्तिक विक्रीची प्रक्रिया स्पष्ट करा.

प्रश्न ५ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा. **(कोणतेही दोन)** (१५)
अ) विपणनामधील विविध अनैतिक पद्धतींची चर्चा करा.
ब) डिजिटल विपणन म्हणजे काय? डिजिटल विपणनातील प्रवृत्ती स्पष्ट करा.
क) विपणन क्षेत्रातील करिअरच्या संधी कोणत्या आहेत?

प्रश्न ६ खालील विषयांवर थोडक्यात टीप लिहा. **(कोणत्याही चार)** (२०)
अ) डेटा माइनिंग
ब) उत्पादन जीवनचक्र
क) उत्पादन पॅकेजिंग
ड) किंमत निर्धारणाची उद्दिष्टे
इ) पुरवठा साखळी व्यवस्थापन
फ) हरित विपणन

X149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAEX149Y5BFDAE

muquestionpapers.com