Time: 3 Hours **Marks: 100**

N.B. 1. All questions are compulsory
2. Figures to the right indicate full marks

1. (A) Select the most appropriate answer from the options given below (Any Ten) (10)

1) ______________ is also called as Cause related Marketing
   a) The Product concept b) The Societal Marketing concept
   c) The Marketing concept d) The Selling concept

2) ______________________ is the first step in Marketing Research.
   a) Setting objectives b) Follow up
   c) Defining the problem d) Creating Research design

3) ______________________ is one of the techniques of CRM.
   a) Market Segmentation b) Market Domination
   c) Customer Feedback d) Market targeting

4) ______________________ refers to the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market.
   a) Market Position b) Marketing Mix
   c) Marketing Research d) Market Coverage

5) ___________________ is the act of creating a distinct place in the minds of the customers.
   a) Positioning b) Branding
   c) Pricing d) Labelling

6) In ___________________ pricing strategy, a firm offers the same product to customers at different prices.
   a) Skimming b) Penetration
   c) Differentiated d) Follow the leader

7) _______ is the form of Multi-level Marketing.
   a) Pyramid Marketing b) Network Marketing
   c) Referral Marketing d) All of these

8) Integrated Marketing Communication is a _______ activity.
   a) One time b) Occasional
   c) Continuous d) Rare

9) _________ Marketing refers to catering to specific needs of a small segment of consumers.
   a) Aggressive b) Niche
   c) Online d) Digital

10) __________ refers to online commerce transactions between customers.
   a) B2B b) B2C
   c) C2C d) None of these

7A174580EBF2C2273FA5920C23BF9070

11) _________ is not a suitable marketing strategy for Rural Markets.

a) Syndicated Vans
b) Banners
c) Melas and Fairs
d) Augmented Reality

12) ________ is a strategy by market followers.

a) Flank defense
b) Flank attack
c) Adapter
d) Pre-emptive defense

(B) State whether the following statements are true OR false: (Any Ten) (10)

1) Test marketing means introducing the product in a small segment of the market.
2) Consumer behavior is accurately predictable.
3) Selective specialization is also called as Multi-segment market targeting strategy.
4) During decline stage, the firm incurs heavy promotional expenditure.
5) Strong brand associations lead to high Brand Equity.
6) Penetration pricing strategy may be adopted if there is intense competition.
7) The terms 'Multi-level Marketing' and 'Multi-channel Marketing' are synonymous.
8) Advertising is a non-paid form of sales promotion.
9) Data warehousing is one of the components of Sales Management.
10) Consumer organizations may provide assistance in legal cases.
11) Green Marketing helps firms to build their image.
12) Over promotion may lead to brand failures.

2. Answer ANY TWO of the following: (15)

a) Define Marketing. Explain its functions in detail.
b) What is Data Mining? Discuss its significance in Marketing.
c) Explain the term Market Segmentation? What are the bases of Market Segmentation?

3. Answer ANY TWO of the following: (15)

a) What is Branding? Discuss its components.
b) What do you mean by Service Positioning? Discuss the challenges in Service Positioning.
c) Explain the factors affecting the pricing of a product?

4. Answer ANY TWO of the following: (15)

a) Explain the traditional channels of distribution in Marketing.
b) Explain the term Promotion Mix. Discuss the elements of Promotion-Mix.
c) Discuss the process of Personal Selling.

5. Answer ANY TWO of the following: (15)

a) Explain the general role of consumer organizations in protecting consumers against unethical practices by marketers.
b) What is Digital Marketing? Explain the trends in Digital Marketing.
c) Discuss the skill sets required for effective Marketing.

7A174580EBF2C2273FA5920C23BF9070

6. **Write short notes on ANY FOUR of the following:** **(20)**
   a) Marketing Information System
   b) Packaging
   c) Components of Sales Management
   d) Competitive strategies for market challengers.
   e) Brand Equity
   f) Green Marketing

7A174580EBF2C2273FA5920C23BF9070

वेळ- ३ तास   गुण-१००

सूचना

१. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२. उजवीकडील अंक प्रश्नांचे गुण दर्शवितात.

प्र. क्र. १ (अ) **योग्य पर्याय निवडून गाळलेल्या जागा भरा. (कोणत्याही दहा)** **१०**

१. ___________ याला कारण संबंधित विपणन असेही म्हणतात.

अ) उत्पादन संकल्पना   ब) सामाजिक विपणन संकल्पना

क) विपणन संकल्पना   ड) विक्री संकल्पना

२. ____________ ही विपणन संशोधनातील पहिली पायरी आहे.

अ) संशोधन उद्दिष्टांची निश्चिती   ब) पाठ पुरावा

क) समस्येची व्याख्या करणे   ड) संशोधन आराखडा निर्मिती

३. ___________ , हे ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे एक तंत्र आहे.

अ) बाजारपेठ विभागीकरण   ब) बाजारपेठ वर्चस्व

ब) ग्राहक अभिप्राय   ड) बाजारपेठ लक्ष्य निर्धारण

४. लक्ष्य बाजारपेठेतील आपले विपणन उद्दिष्ट्ये साध्य करण्याकरीता संस्थेद्वारे वापरले जाणारे विपणन साधनसंच म्हणजे ___________ होय.

अ) बाजारपेठ स्थाननिर्मिती   ब) विपणन मिश्र

क) विपणन संशोधन   ड) बाजारपेठ व्याप्ती

५. लक्ष्य निर्धारित ग्राहकाच्या मनात आपले वेगळे स्थान निर्माण करण्याची कृती म्हणजे ___________ होय.

अ) स्थानापन कार्य (Positioning)   ब) मुद्रांकन कार्य

क) किंमत निर्धारण   ड) माहिती चिठ्ठीकरण (Labelling)

६. _____________ या किंमत रणनिती अंतर्गत; एकच वस्तु वेगवेगळ्या ग्राहकांना वेगवेगळ्या किमतीस विकली जाते.

अ) मलई   ब) शिरकाव

आ) वेगळेपण   ड) नेत्याचे अनुकरण

७. ___________ हा बहु-पातळी विपणनाचा प्रकार आहे.

अ) मनोरा विपणन   ब) नेटवर्क विपणन

क) संदर्भ विपणन   ड) यापैकी सर्व

८. एकात्मिक विपणन संज्ञापन (IMC) ________ कार्य आहे.

अ) एकवेळचे   ब) प्रासंगिक

क) सातत्यपुर्ण   ड) क्वचीत

7A174580EBF2C2273FA5920C23BF9070

९. ____________ विपणन म्हणजे ग्राहकाच्या लहान गटाच्या ठराविक गरजांची पूर्तता करणे होय.

अ) आक्रमक
ब) लघुत्तम
क) ऑनलाईन
ड) डिजीटल

१०. ________ म्हणजे ग्राहकांमधील ऑनलाईन वाणिज्यिक व्यवहार.

अ) B2B
ब) B2C
क) C2C
ड) या पैकी एकही नाही

११. _________ ही ग्रामीण बाजारपेठेतील एक सुयोग्य विपणन रणनिती नाही.

अ) संयुक्त वाहन व्यवस्था (Syndicated Vans)
ब) बॅनर्स
क) जत्रा आणि मेळावे
ड) ऑगमेंन्टेड रियालिटी (Augmented Reality)

१२. __________ ही बाजारपेठ अनुकरणकर्त्यांची रणनिती आहे.

अ) कमतरता संरक्षक (Flank defense)
ब) कमतरता आक्रमण (Flank attack)
क) परिस्थितीशी जुळवणूक घेणारा (Adapter)
ड) पूर्व संरक्षणात्मक प्रतिकार

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

१. चाचणी विपणन म्हणजे बाजारपेठेच्या छोट्या हिस्स्यात उत्पादनाचा प्रवेश करणे होय.
२. ग्राहक वर्तनाचा अचुक पुर्व अंदाज करता येतो.
३. निवडक विशेषीकरणास बहुविभाग बाजारपेठ लक्ष्यनिश्चिती रणनिती असेही म्हटले जाते.
४. -हास अवस्थेत व्यवसाय संस्था विक्रय वृद्धीसाठी अधिक खर्च करते.
५. सशक्त मुद्रा सहयोगामुळे मुद्रा लौकिकमुल्य(Brand Equity) वाढण्यास मदत होते.
६. तीव्र स्पर्धेच्या स्थितीत बाजारात शिरकाव किंमत रणनिती स्विकारली जाते.
७. बहु-पातळी विपणन आणि बहु-साखळी विपणन समानार्थी संकल्पना आहेत.
८. जाहिरात हा विक्रय-वृद्धीचा विनामुल्य प्रकार आहे.
९. माहिती साठवणकार्य हे विक्री व्यवस्थापनाचे (CRM) महत्वपुर्ण तंत्र आहे.
१०. ग्राहक संस्था कायदेशीर प्रकरणात आवश्यक ते सहकार्य पुरवितात.
११. हरित विपणन संस्थेला तिची प्रतिमा सुधारण्यास मदत करते.
१२. वृद्धी प्रयत्नांचा अतिरेक हा मुद्रेच्या अपयशास जबाबदार ठरू शकतो.

प्र.क्र.२ **खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.** **१५**

अ) विपणनाची व्याख्या सांगून विपणनाची कार्ये विस्तृतपणे स्पष्ट करा.

ब) माहिती खणन (Data Mining) म्हणजे काय? माहिती खणन विपणनदृष्ट्या कसे महत्वाचे आहे या विषयी चर्चा करा.

क) बाजारपेठ विभागीकरण ही संज्ञा स्पष्ट करा. बाजारपेठ विभागीकरणाचे आधार कोणते?

प्र.क्र.३ **खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.** **१५**

अ) मुद्रांकन म्हणजे काय? मुद्रांकनाच्या घटकांची चर्चा करा.

ब) सेवा स्थान निर्मिती (Positioning) म्हणजे काय? सेवा स्थान निर्मितीतील आव्हानांची चर्चा करा.

क) वस्तु किंमत निश्चितीवर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा.

प्र.क्र.४ **खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.** **१५**

अ) विपणनातील पारंपारिक वितरण साखळ्या स्पष्ट करा.

ब) वृद्धी-मिश्र ही संकल्पना स्पष्ट करा. वृद्धी मिश्राच्या घटकांची चर्चा करा.

क) वैयक्तिक विक्रीच्या प्रक्रियेची चर्चा करा.

प्र.क्र.५ **खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.** १५

अ) विपणनकर्त्यांच्या अनैतिक व्यवहाराविरुद्ध ग्राहकांचे संरक्षण व्हावे या दृष्टीने ग्राहक संघटनांची भुमिका विशद करा.

ब) डिजिटल विपणन म्हणजे काय? डिजिटल विपणनातील कल स्पष्ट करा.

क) प्रभावशाली विपणनाकरीता आवश्यक असणा-या कौशल्यांची चर्चा करा.

प्र.क्र.६ **थोडक्यात टिपा लिहा. (कोणत्याही चार)** **२०**

अ) विपणन माहिती प्रणाली (MIS)

ब) संवेष्टन कार्य

क) विक्री व्यवस्थापनाचे घटक

ड) बाजारपेठ आव्हानकर्त्यांसाठी स्पर्धात्मक रणनिती

इ) मुद्रा लौकिकमुल्य (Brand Equity)

फ) हरित विपणन