

19/11/18
2:30-5:30

Q. P. Code: 26033

pages - 6.

[Time: Three Hours]

[Marks: 100]

- Note: 1. All questions are compulsory
2. Figures to the right indicates full marks

Q1. A. Fill in the blanks with suitable options: (Answer any 10)**(10)**

1. The phrase 'Bottom of pyramid' was first used by _____ in his radio address in 1932.
 - a. Philip Kotler
 - b. C.K.Prahlad
 - c. Franklin Roosevelt
 - d. Stuart Hart
2. Marketing management helps in _____.
 - a. Facing competition
 - b. Reduced cost
 - c. Entry in global market
 - d. All the above
3. Marketing strategy is _____ designed to achieve overall objectives.
 - a. Decision
 - b. Action plan
 - c. Manipulative plan
 - d. Simple plan
4. Good labour- management relations is a _____ for an organisation.
 - a. Strength
 - b. Weakness
 - c. Threat
 - d. None of the above
5. 3C model of product level was given by _____.
 - a. Kenichi Ohmac
 - b. Philip Kotler
 - c. Michael Porter
 - d. None of the above
6. Chocolates and magazines are _____ goods.
 - a. Impulse
 - b. Shopping
 - c. Staple
 - d. Unsought goods
7. Firm usually concentrate on _____ product during the introduction stage.
 - a. Single
 - b. Two
 - c. Large
 - d. None of the above
8. India gate basmati rice is the example of positioning product by _____.
 - a. Product feature
 - b. Product class
 - c. Culture
 - d. Product use
9. During recession, marketer may _____ the prices to influence buying decision of consumers.
 - a. Stable
 - b. Increase
 - c. Reduce
 - d. None of the above
10. A firm may charge _____ price at the launch of product in the market.
 - a. High
 - b. Low
 - c. High or low
 - d. None of the above

11. _____ is not the element of marketing mix

- a. Product
- b. Price
- c. Place
- d. Profit

12. _____ - environment are close to the company and directly impact the customer experience.

- a. Internal
- b. Macro
- c. Micro
- d. International

Q1 B. State whether the following statements are True or False: (Answer any 10) (10)

1. Marketing is same as selling or just promotion of product.
2. It is not challenging to market the products in bottom of pyramid.
3. Technological environment has no impact on the marketing of the firm
4. Strategy of competitors affects decision of a firm.
5. SWOT analysis helps in reducing risks in business.
6. Marketing strategy helps in achieving mission and vision of the company.
7. Marketing of industrial goods is more complex in nature as compared to consumer goods.
8. Product positioning is based on application of product.
9. Price is the exchange value of a product or services.
10. Pricing helps in creating a brand for the product.
11. Positive and negative media attention does not affect the marketing of the firm's product.
12. Recovering production cost and profit are the only objectives of marketing of the company.

Q2. A. Define marketing management. Explain its function. (08)

B. What are the different internal marketing environments? (07)

OR

Q2. C. Discuss various factors contributing to the growth of bottom of pyramid marketing. (08)

D. Write a note on international marketing environment. (07)

Q3. Elaborate in detail strategic marketing planning process. (15)

OR

Q3. A. Give the meaning of SWOT analysis. State its importance. (08)

B. Explain briefly Michael Porter's five forces model. (07)

Q4. A. What are the different types of industrial products? (08)

B. Explain product life cycle with the help of diagram. (07)

OR

Q4. Discuss in detail various steps involved in new product development process. (15)

Q5. Internal and external factors affect the pricing of a product. Comment. (15)

OR

Q5. A. Explain the various objectives of pricing. (08)

B. Discuss any three pricing methods in detail. (07)

Q6. A. Elucidate the areas that a firm should study while analyzing its competitors. (10)

B. Explain the characteristics of growing middle class in India. (10)

OR

Q6. Write short note on the following: (Answer any 4) (20)

1. Marketing Mix
2. Social- cultural environment
3. Product positioning
4. Customer value hierarchy
5. Consumer goods
6. Marketing strategy

(वेळ:तीन तास)

(एकूण गुण:१००)

- सूचना: १) सर्व प्रश्न आवश्यक आहेत.
२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र.१.अ) योग्य पर्याय निवडून रिकाम्या जागा भरा. (कोणतेही दहा सोडवा) (१०)

१. त्रिशंकू निम्नस्तर या संज्ञेचा वापर सर्वप्रथम-----ने रेडियोद्वारे उद्देशून १९३२ मध्ये केला.
अ. फिलीप कोटलर
ब. सी.के. प्रल्हाद
क. फ्रांकलीन रूझवेल्ट
ड. स्टूअर्ट हर्ट
२. विपणन व्यवस्थापन हे-----ला मदत करते.
अ. स्पर्धेचा सामना करणे
ब. खर्च कमी करणे
क. जागतिक बाजारपेठेत प्रवेश करणे
ड. यापैकी सर्व
३. विपणन व्यूहरचना ही -----द्वारे सर्व उद्दिष्टे साध्य करण्याचा आराखडा आहे.
अ. निर्णय
ब. कार्यवाही योजना
क. चतुराईने हाताळण्याची योजना
ड. साधी योजना
४. चांगले कामगार -व्यवस्थापन संबंध हे व्यवसायामधील -----असतात.
अ. बलस्थाने
ब. कमकुवत बाजू
क. धोके
ड. यापैकी नाही
५. वस्तू पातळीमधील ३ सी प्रतिकृती हे (3 C Model)-----ने दिले.
अ. केनीची ओहमे
ब. फिलीप कोटलर
क. माएकेल प्रोटर
ड. यापैकी नाही
६. चॉकलेट आणि मासिके या -----वस्तू आहेत.
अ. प्रेरणात्मक
ब. विक्रेय
क. प्राथमिक
ड. यापैकी नाही
७. उद्योग सहसा प्रवेश अवस्थेत -----वस्तुकडे लक्ष देतो.
अ. एकाच
ब. दोन
क. जास्त
ड. यापैकी नाही
८. इंडिया गेट बासमती तांदूळ हे -----वस्तू स्थानिकीकरणाचे उदाहरण आहे.
अ. वस्तू वैशिष्ट्य
ब. वस्तूचा दर्जा
क. संस्कृती
ड. वस्तू वापर
९. मंदीच्या कालावधीमध्ये ग्राहकांच्या खरेदी निर्णय प्रक्रियेवर प्रभाव टाकण्यासाठी विक्रेता शक्यतो वस्तूच्या किंमतीमध्ये -----करतो.
अ. स्थिर
ब. वाढ
क. घट
ड. यापैकी नाही
१०. बाजारपेठेत वस्तू दाखल करण्याच्या वेळेस उद्योगसंस्था----- किंमत आकारते.
अ. उच्च
ब. कमी
क. उच्च किंवा कमी
ड. यापैकी नाही

११.-----हे विपणन मिश्रणाचे चल नाही.

अ. वस्तू

क. वितरण

ब. किंमत

ड. नफा

१२.-----हे पर्यावरण कंपनीच्या जवळचे असते आणि त्याचा प्रत्यक्षपणे परिणाम ग्राहकाच्या अनुभवावर होतो.

अ. अंतर्गत

क. सूक्ष्म

ब. स्थूल

ड. आंतरराष्ट्रीय

प्र.१.ब) खालील विधाने चुक की बरोबर ते सांगा. (कोणतेही दहा सोडवा)

(१०)

१. विपणन हे विक्रीसमान आहे किंवा फक्त वस्तूच्या वृद्धी सारखे आहे.
२. वस्तुमधील त्रिशंकू निम्नस्तर हे बाजारपेठेसाठी आव्हान नाही.
३. तंत्रज्ञान विषयक पर्यावरण हे उद्योगाच्या विपणनावर परिणाम करत नाही.
४. स्पर्धकांची व्यूहरचना उद्योगाच्या निर्णयावर परिणाम करते.
५. स्वोट विश्लेषण हे व्यवसायामधील धोके कमी करण्यास मदत करते.
६. विपणन व्यूहरचना ही कंपनीचे ध्येय व दूरदृष्टी साध्य करण्यास मदत करते.
७. विपणनामधील औद्योगिक वस्तू ह्या तौलनिकदृष्ट्या ग्राहक वस्तूपेक्षा गुंतागुंतीच्या आहेत.
८. वस्तू स्थानिकीकरण हे वस्तूच्या विनियोगावर आधारित आहे.
९. किंमत हे वस्तू किंवा सेवेचे विनिमय मूल्य आहे.
१०. किंमत ही वस्तूची मुद्रा तयार करण्यास मदत करते.
११. प्रसारमाध्यमांचे सकारात्मक व नकारात्मक लक्ष हे उद्योगांच्या वस्तू विपणनावर परिणाम करत नाही.
१२. उत्पादन खर्च वसूल करणे व नफा मिळविणे एवढीच (फक्त) उद्दिष्टे कंपनीच्या विपणनाची आहेत.

प्र.२. अ. विपणन व्यवस्थापनाची व्याख्या द्या ? त्यांची कार्ये स्पष्ट करा.

(०८)

ब. विविध अंतर्गत पर्यावरणे काय आहेत.

(०७)

किंवा

प्र.२. क. त्रिशंकू निम्नस्तरीय विपणन वाढीस जबाबदार असणाऱ्या घटकांची चर्चा करा.

(०८)

ड. आंतरराष्ट्रीय विपणन पर्यावरण यावर टीप लिहा.

(०७)

प्र.३. व्यूहरचनात्मक विपणन नियोजन प्रक्रियेचा सविस्तर तपशील द्या.

(१५)

किंवा

प्र.३. अ. स्वोट विश्लेषणाचा अर्थ द्या. त्याचे महत्त्व स्पष्ट करा.

(०८)

ब. माईकेल पोर्टरची पाच शक्ति प्रेरक प्रतिकृती थोडक्यात स्पष्ट करा.

(०७)

- प्र.४. अ.औद्योगिक वस्तूंचे प्रकार काय आहेत? (०८)
ब. वस्तू जीवन चक्र आकृतीसह स्पष्ट करा. (०७)
- किंवा
- प्र.४. नवीन वस्तू विकास प्रक्रियेत अंतर्भूत असणाऱ्या विविध टप्प्यांची चर्चा करा. (१५)
- प्र.५. वस्तूच्या किंमतीवर अंतर्गत व बहिर्गत घटक परिणाम करतात. भाष्य करा. (१५)
- किंवा
- प्र.५. अ. किंमतीतील विविध उद्दिष्ट्ये स्पष्ट करा. (०८)
ब. किंमत ठरविणाऱ्या कोणत्याही तीन पद्धतींची चर्चा सविस्तर करा. (०७)
- प्र.६. अ. स्पर्धाकांचे विश्लेषण करताना उद्योगाला कोणत्या क्षेत्रांचा अभ्यास करावा लागतो त्याचे स्पष्टीकरण द्या (१०)
ब. भारतातील वाढत्या मध्यम वर्गाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (१०)
- किंवा
- टीपा लिहा. (कोणत्याही चार सोडवा) (२०)
१. विपणन मिश्रण
 २. सामाजिक-सांस्कृतिक पर्यावरण
 ३. वस्तू स्थानिकीकरण
 ४. ग्राहक मूल्य उतरंड
 ५. ग्राहक वस्तू.
 ६. विपणन व्यूहरचना
