

SYBcom
Sem IV Regular
25/4/2019
2-30 Pm to 5.30 Pm

E

Q. P. Code: 36366

25/4/19

[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. _____ take possession of products but do not own them for the transfer of title to the merchandise.
- a. Agents
b. Manufacturer
c. Functional middleman
d. None of these
2. The _____ is cheaper than other media of marketing.
- a. Television
b. Radio
c. Hoarding
d. Internet
3. _____ Functions performed by middleman.
- a. Price stability
b. Production
c. a and b
d. None of these
4. Marketing communication process starting from _____
- a. Budget
b. Specific target audience
c. Situational Analysis
d. None of these
5. _____ is an element of promotion mix.
- a. Advertising
b. Sponsorship
c. Publicity
d. All of these
6. The marketing communication budget decision is influenced by _____.
- a. Competitors policy
b. Material policy
c. Customer policy
d. None of these
7. Attitude is an important _____ factor influencing consumer behavior.
- a. Personal
b. Psychological
c. Social
d. Marketing

14

Q2. C. Discuss the factors affecting in channel selection. (08)

D. Define e- marketing. Explain briefly its merits and demerits. (07)

Q3. Elaborate various factors affecting promotion mix decisions and objectives of Promotion. (15)

OR

Q3. A. Explain the process involved in marketing communication programme (08)

B. "Social media is important tool in today's marketing communication". Discuss (07)

Q4. A. What are the steps in consumer purchase decision? (08)

B. Distinguish between consumer buyers and organizational buyers (07)

OR

Q4. C. Discuss in detail factors affecting organizational buying behavior. (08)

D. Explain briefly straight rebuy, modify rebuy and new task (07)

Q5. A. Define services. Explain its features. (08)

B. Discuss the approaches to manage service productivity (07)

OR

Q5. Briefly describe the rural market scenario in India (15)

Q6. A. Write a note on online retailing. (10)

B. Explain various elements in promotion mix. (10)

OR

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

1. Types of middleman
2. Franchisees
3. Pull strategy
4. Social factors affecting consumer purchase decision
5. Classification of services
6. Promotional strategies in rural areas

(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. -----हे उत्पादन शीर्षकाच्या हस्तांतरणासाठी वस्तूंचा तावा घेतात परंतु त्याची मालकी घेत नाहीत.

अ.अडत्या

क. कार्यकारी मध्यस्थ

ब.उत्पादक

ड. यापैकी नाही

२. -----हे विपणनामधील दुसऱ्या प्रसारमाध्यमांपेक्षा स्वस्त आहे.

अ.टेलीव्हिजन

क. फलक

ब.रेडीओ

ड. इंटरनेट

३. -----हे कार्यकारी मध्यस्थांचे कार्य आहे.

अ.किंमत स्थिरता

क. अ आणि ब

ब.उत्पादन

ड. यापैकी नाही

४.विपणन संदेशवहन प्रक्रियेची सुरवात -----पासून होते.

अ. अंदाजपत्रक

क. परिस्थितीजन्य विश्लेषण

ब.निश्चित लक्ष्य ग्राहक

ड. यापैकी नाही

५.-----हा वृद्धी मिश्रणाचा घटक आहे.

अ.जाहिरात

क. प्रसिद्धी

ब.प्रायोजकत्व

ड. यापैकी सर्व

६. विपणन संदेशवहन अंदाजपत्रक निर्णयावर-----चा प्रभाव आहे.

अ.स्पर्धक धोरण

क. ग्राहक धोरण

ब.साहित्य धोरण

ड. यापैकी नाही

७.दृष्टीकोन हा एक महत्वाचा-----घटक ग्राहक वर्तनावर प्रभाव पाडतो.

अ.वैयक्तिक

क. सामाजिक

ब.मानशास्त्रीय

ड. विपणन

८. -----हा ग्राहक खरेदी निर्णय प्रक्रियेतील शेवटचा टप्पा आहे.

अ. माहितीचा शोध घेणे

क. खरेदीनंतरची कृती

ब.खरेदी धोरण

ड. यापैकी नाही

९. -----हा घटक औद्योगिक खरेदी वर्तनावर प्रभाव पाडतो.

अ. वातावरणीय

क. दोन्हीही

ब.वैयक्तिक

ड. तंत्रज्ञान

१०.-----प्रसारमाध्यमे ग्रामीण विपणनासाठी जास्त उपयोगी आहेत.

अ. जाहिरात

क. अंतरवैयक्तिक

ब.रेडीओ

ड. यापैकी सर्व

११.-----हा घटक भारतामधील ग्रामीण विपणन वाढीस जबाबदार आहे.

अ. बँकेचा पुढाकार

क. उत्पन्न वाढ

ब.सरकारी योजना

ड. यापैकी सर्व

१२.मेवा----- आहे.

अ.दृश्य
ब.अदृश्य

क. विभाज्यता
ड.यापैकी नाही

प्र.१.ब)खालील विधाने चुक की बरोबर ते सांगा. (कोणतेही दहा गोडवा) (१०)

१. पुरवठा माध्यम मालाची योग्य वेळेत,योग्य जागी आणि योग्य किंमतीत उपलब्ध होण्यास मदत करते.
२. फ्लिपकार्ट हा भारतीय ऑनलाइन किरकोळ व्यापारी आहे.
३. ऑनलाइन किरकोळ व्यापारी हा ई-विपणनाचा प्रकार नाही.
४. वृद्धी मिश्रण हा विपणन मिश्रणाचा वेगळा भाग आहे.
५. आजच्या विपणन संदेशवहनामध्ये सामाजिक प्रसार माध्यमांची भूमिका महत्वाची नाही.
६. मागणी वाढविणे हे एक वृद्धीचे उद्दिष्ट आहे.
७. वय हा एक महत्वाचा सामाजिक घटक ग्राहक वर्तनावर परिणाम करतो.
८. पुरवठादारांचा शोध घेणे हा औद्योगिक खरेदी निर्णय प्रक्रियेतील पहिला टप्पा आहे.
९. ग्राहक वर्तन आणि औद्योगिक वर्तन समान आहेत.
१०. संदेशवहन हे एक ग्रामीण विपणनातील मुख्य आव्हान आहे.
११. ग्रामीण बाजारपेठेत विक्री करणे सोपे आहे.
१२. सेवेचा मालकीहक्क हस्तांतर करता येतो.

प्र.२. अ.औद्योगिक वस्तूसाठी वितरण माध्यमे स्पष्ट करा. (०८)
ब. पुरवठा माध्यम यावर टीप लिहा. (०७)

किंवा

प्र.२. क. वितरण निवडीवर परिणाम करणाऱ्या घटकांची चर्चा करा. (०८)
ड. ई-विपणनाची व्याख्या द्या.त्याचे थोडक्यात गुण व दोष स्पष्ट करा. (०७)

प्र.३. वृद्धी मिश्रण निर्णयावर परिणाम करणाऱ्या घटकांचा व वृद्धीच्या उद्दिष्ट्यांचा तपशील द्या. (१५)

किंवा

प्र.३. अ. विपणन संदेशवहन कार्यक्रम रचनेत अंतर्भूत असणारे टप्पे स्पष्ट करा. (०८)
ब. "आजच्या विपणन संदेशवहनात सामाजिक प्रसारमाध्यमे महत्वाचे साधन आहे" चर्चा करा.(०७)

प्र.४. अ.ग्राहक खरेदी निर्णय प्रक्रियेतील टप्पे काय आहेत. (०८)
ब. ग्राहक खरेदी व औद्योगिक खरेदी यामधील फरक स्पष्ट करा. (०७)

किंवा

प्र.४. क.औद्योगिक खरेदी वर्तनावर परिणाम करणाऱ्या घटकांची चर्चा करा. (०८)
ड. सरळ पुर्नखरेदी, सुधारित पुर्नखरेदी आणि नवीन कार्य थोडक्यात स्पष्ट करा. (०७)

प्र.५. अ. सेवेची व्याख्या द्या.त्याची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (०८)
ब. व्यवस्थापकीय सेवा उत्पादकता दृष्टीकोन यावर चर्चा करा. (०७)

किंवा

प्र.५. भारतातील ग्रामीण विपणीचे चित्रण थोडक्यात वर्णन करा (१५)

प्र.६. अ. ऑनलाईन क्रिकेट व्यापारी यावर टीप द्या. (१०)
ब. वृद्धी मिश्रणाचे घटक स्पष्ट करा. (१०)

किंवा

टीपा लिहा. (कोणत्याही चार सोडवा) (२०)

१. मध्यस्थांचे प्रकार

२. फ्रॅन्चाईझी

३. ओढणे(पुल) व्यूहरचना

४. ग्राहक खरेदी निर्णयावर परिणाम करणारे सामाजिक घटक

५. सेवेचे वर्गीकरण

६. ग्रामीण क्षेत्रातील विक्रयवृद्धी व्यूहरचना
