

(Time 2 Hours)

(Marks 60)

N.B. 1. All the questions are compulsory

2. Figures to the right indicate full marks

- Q.1. a. What is rural marketing? Explain the scope of rural marketing? 15
b. Explain the features of rural marketing.

OR

- c. Describe the challenges of rural marketing.
d. Briefly describe how rural customers are different from urban customers.

- Q.2. a. Discuss the characteristic of buying behaviour of rural consumers. 15
b. Explain the rural consumers' purchase decision making process.

OR

- c. Elucidate the role played by Khadi and Village Industries Commission
d. What is the role of agricultural co-operative banks in rural marketing?

- Q.3. a. Explain the importance of agricultural marketing 15
b. What is the role of commodity boards?

OR

- c. Elaborate the issues involved in marketing agricultural produce
d. Write a note on: Agricultural exports of India.

- Q4. A Fill in the blanks by choosing the appropriate option given below: 5

1 -----are weekly markets that provide excellent opportunities for reaching rural customers.

a) Folk theatre b) Village haats c) Village melas d) Chaupal

2 -----is very effective medium in promoting brands to rural consumers.

a) Newspaper advertising b) Magazine advertising c) Personal selling
d) All of these

3 -----is a bank exclusively dedicated for agriculture and rural development.

a) NBFC b) FDI c) EXIM d) NABARD

4 -----is the body dedicated for development and export of agricultural products.

a) EEPC b) APEDA c) MPEDA d) AEPC

5 E-Chaupal was initiated by-----

a) ITC b) TATA c) Reliance d) HUL

B State whether the following statements are True or False: 5

- 1 Compared to urban population, the rural population is more price sensitive in India.
- 2 FCI is associated with promotion of engineering and manufactured items.
- 3 Commercial banks do not play any positive role in rural marketing.
- 4 Organic products involve excessive use of pesticides and fertilisers while farming.
- 5 Rural Development Ministry uses community websites like Facebook, Twitter, YouTube etc. to highlight its initiatives for rural India.

C Match the following: 5

Group A

- 1 Adulteration
- 2 Swarnajayanti Gram Swarozgar Yojana
- 3 SHG
- 4 AGMARK
- 5 Kisan TV and Kisan Call Centre

Group B

- a. Entrepreneurship Development Programme
- b. Certification on agricultural products
- c. Guidance through ICT
- d. Co-operative micro-finance group
- e. Problem faced by rural consumers

OR

Q4. Write notes on **any three** of the following: 15

- a Role of social media in rural marketing
- b Project Shakti
- c Digital village
- d Impact of IT on agriculture marketing
- e Challenges of online marketers in rural marketing

मराठी रूपांतर

(वेळ २ तास)

(गुण ६०)

टिपा १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत

२. उजवी कडील अंक संपूर्ण गुण दर्शवितात

३. इंग्रजी प्रश्न मूळ मानावेत

प्र.१ अ. ग्रामीण विपणन काय आहे? ग्रामीण विपणनाची व्याप्ती स्पष्ट करा.

१५

ब. ग्रामीण विपणनाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा

किंवा

क. ग्रामीण विपणनाच्या आव्हानांचे वर्णन करा

ड. ग्रामीण ग्राहक शहरी ग्राहकांपेक्षा वेगळे कसे आहेत याचे थोडक्यात वर्णन करा.

प्र.२ अ. ग्रामीण ग्राहकांच्या खरेदी व्यवहाराच्या वैशिष्ट्यांची चर्चा करा

१५

ब. ग्रामीण ग्राहकांच्या खरेदी निर्णय प्रक्रिया स्पष्ट करा.

किंवा

क. खादी आणि ग्रामोद्योग मंडळाकडून केल्या जाणाऱ्या भूमिकांचे स्पष्टीकरण द्या.

ड. ग्रामीण विपणनात कृषी सहकारी बँकेची भूमिका काय आहे?

प्र.३ अ. कृषी विपणनाचे महत्त्व स्पष्ट करा

१५

ब. कमोडिटी बोर्डाची भूमिका काय आहे?

किंवा

क. कृषी उत्पादनाचे विपणनात अंतर्भूत असलेल्या अडचणींचा तपशील द्या.

ड. एक टिप लिहा: भारताची कृषी निर्यात.

प्र.४ अ) योग्य पर्यायांसह रिक्त जागा भरा

५

१. ----- हे ग्रामीण ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी साप्ताहिक विपणी आहे जी उत्कृष्ट संधी प्रदान करतात.

अ) लोक थिएटर ब) गाव हाट क) गाव मेला ड) चौपाल

२. ----- हे ग्रामीण ग्राहकांना बोधनामांकनाला प्रोत्साहित करण्यासाठी अत्यंत प्रभावी माध्यम आहे.

अ) वृत्तपत्र जाहिरात ब) नियतकालिक जाहिरात क) वैयक्तिक विक्री ड) यापैकी सर्व

३. ----- ही बँक फक्त कृषी आणि ग्रामीण विकासासाठी समर्पित बँक आहे.

अ) एनबीएफसी ब) एफडीआय क) एक्झिम (EXIM) ड) नाबार्ड (NABARD)

४. ----- ही संस्था फक्त कृषि उत्पादनाचा विकास आणि निर्यातीसाठी समर्पित आहे.

अ) ईईपीसी ब) एपेडा (APEDA) क) एमपीईडीए ड) ईईपीसी

५. ई-चौपालची सुरुवात ----- ने केली

अ) आयटीसी ब) टाटा क) रिलायन्स ड) एचयुएल

ब) खालील विधाने खरे किंवा खोटे आहेत ते सांगा

५

१. शहरी लोकसंख्येशी तुलना करता, ग्रामीण लोकसंख्या ही भारतात अधिक किंमत संवेदनशील आहे.
२. एफसीआय ही अभियांत्रिकी व उत्पादित वस्तूंच्या जाहिरातीशी संबंधित आहे.
३. ग्रामीण बँकिंगमध्ये व्यावसायिक बँक कोणतीही सकारात्मक भूमिका घेत नाही.
४. शेती करताना सेंद्रिय उत्पादनांमध्ये कीटकनाशके आणि उर्वरके यांचा जास्त प्रमाणात वापर होतो.
५. ग्रामीण विकास मंत्रालयाने ग्रामीण भारतासाठीच्या पुढाकारावर प्रकाश टाकण्यासाठी फेसबुक, ट्विटर, युट्यूब इ. सारख्या कम्युनिटी वेबसाइट्सचा वापर केला आहे.

क) जोड्या जुळवा

५

गट अ

१. अप्रामाणिकता
२. स्वर्णजयंती ग्राम स्वरोजगार योजना
३. एस एच जी (SHG)
४. एगमार्क
५. किसान टीव्ही आणि किसान कॉल सेंटर

गट ब

- अ) उद्योजकता विकास कार्यक्रम
- ब) कृषी उत्पादनांवर प्रमाणन
- क) आयसीटी माध्यमातून मार्गदर्शन
- ड) सहकारी सूक्ष्म-अर्थ गट
- ई) ग्रामीण ग्राहकांकडून तोंड दिल्या जाणाऱ्या समस्या

किंवा

प्र.४. संक्षिप्त टीपा लिहा (कोणत्याही तीन)

१५

- अ) ग्रामीण मार्केटिंगमधील सोशल मिडियाची भूमिका
- ब) प्रोजेक्ट शक्ति
- क) डिजिटल गाव
- ड) कृषी विपणनावर आयटीचा प्रभाव
- इ) ग्रामीण विपणनात ऑनलाइन विक्रेत्यांचे आव्हाने
