

Please check whether you have got the right question paper

- N.B. 1. Q. 1 is compulsory
2. Attempt any four questions from Q.2 to Q.7
3. Answer to each question must begin on a new page
4. All questions carry equal marks

Q1 Explain any four of the following concepts: (20)

- Marketing strategy.
- Personal selling.
- Mission.
- Break even pricing.
- Customer satisfaction.
- Brand.
- Goods v/s service.

Q2. A) Explain various levels of strategy. (10)

Q2. B) Explain BCG model with the help of a diagram. (10)

Q3. A) Discuss the model of strategic positioning developed by Miles and Snow (10)

Q3 B) What are the essentials of a good marketing plan? (10)

Q4 A) Discuss Porter's five forces model of industry attractiveness (10)

Q4 B) Discuss the various levels of customer loyalty. (10)

Q5. A) Define positioning. Explain the different positioning strategies that can be adopted by the firms (10)

Q5 B) What are the various causes of product failure? (10)

Q6. A) What are the functions performed by a wholesaler? (10)

Q6. B) Explain various evaluation techniques for operational control. (10)

Q7. Case study

The traditional fish market is shifting to digital space with online order of fish and doorstep delivery slowly becoming the norm in the Kolkata city. Besides the West Bengal government's 'Smartfish' app for online shopping of fish, six engineering students from different premier institutions have launched an online retail shop 'Delybazar', where one can get fresh fish and meat along with groceries and some other food stuff.

The West Bengal government's 'Smartfish' app to book fish online was launched earlier this year by the State Fisheries Development Corporation and is offering 25 varieties of fishes and will add more variety in next one year. It has a base of around 10000 customers right now. Delybazar application is providing 75-80 types of fish and different varieties of chicken and mutton. The only thing consumer need to do is to place the order by 9 PM the day before and the order will be delivered the next day within two hours of procurement from the market," 'Delybazar' has around 22,000 registered customers with an annual turnover close to Rs four

crore. It can be availed through website and application on mobile. The USP of 'Delybazar' is to get fresh, unprocessed and unpreserved fish and meat to the consumers.

Questions:

- a) According to you, are both organizations correct in adopting the strategy to sell fish online?
What challenges will both face, while selling fish online? (10)
- b) As a marketing manager, what strategies would you suggest to promote this application among consumers? (10)

(मराठी रुपांतर)

वेळ: ३ तास

गुण: १००

कृपया योग्य प्रश्नपत्रिका मिळाली आहे का ते तपासा.

सूचना: १) प्र. १ अनिवार्य आहे.

२) प्र. २ ते प्र. ७ मधील कोणतेही चार प्रश्न लिहा.

३) प्रत्येक प्रश्नाचे उत्तर नवीन पृष्ठावर सुरू होणे आवश्यक आहे.

४) सर्व प्रश्नांना समान गुण असतात.

५) इंग्रजी प्रश्न प्रमाण मानावेत.

प्र. १ खालीलपैकी कोणत्याही चार संकल्पना स्पष्ट करा:

(२०)

अ) विपणन डावपेच

ब) वैयक्तिक विक्री

क) जीवित कार्य

ड) ना नफा ना तोटा किंमत धोरण

ई) ग्राहकांचे समाधान

फ) मुद्रा

ग) वस्तू विरुद्ध सेवा

प्र. २ अ) डावपेचाचे विविध स्तर स्पष्ट करा.

(१०)

प्र. २ ब) आकृतीचा उपयोग करून बीसीजी प्रतिकृती स्पष्ट करा.

(१०)

प्र. ३ अ) माईल आणि स्नो यांनी विकसित केलेल्या डावपेच प्रतिमा विकास प्रतिकृतीची चर्चा करा.

(१०)

प्र. ३ ब) चांगल्या विपणन योजनेसाठी कोणत्या बाबी आवश्यक आहेत?

(१०)

प्र. ४ अ) उद्योग आकर्षकतेचे पोर्टरच्या पाच स्रोत प्रतिकृतीवर चर्चा करा

(१०)

प्र. ४ ब) ग्राहक निष्ठेच्या विविध स्तरांची चर्चा करा.

(१०)

प्र. ५ अ) प्रतिमा या संज्ञेची परिभाषा द्या आणि प्रतिमा निर्धारणासाठी संस्थांकडून वापरले जाणारे विविध डावपेच स्पष्ट करा.

(१०)

प्र. ५ ब) उत्पादन अपयशी ठरण्याची विविध कारणे काय आहेत? (१०)

प्र. ६ अ) घाऊक व्यापाऱ्याकडून केली जाणारी विविध कार्ये कोणती आहेत? (१०)

प्र. ६ ब) प्रक्रिया नियंत्रणाच्या विविध मूल्यमापन तंत्रांचे वर्णन करा. (१०)

प्र. ७ व्यष्टी अध्ययन

कोलकाता शहरामध्ये मासे ऑनलाईन ऑर्डर करणे आणि घरपोच मच्छी पुरविणे हे हळूहळू सर्वसामान्य होत आहे त्यामुळे पारंपारिक मच्छी बाजार हा डिजिटल मार्केट मध्ये रुपांतरीत होत आहे.

याशिवाय पश्चिम बंगाल सरकारचे “स्मार्ट फिश” हे माशांच्या ऑनलाईन शॉपिंग साठीचे ॲप आहे. भारतातील विविध प्रसिद्ध संस्थांमधील सहा अभियांत्रिकी विद्यार्थ्यांनी 'डेलिबाझार' नावाचे एक ऑनलाईन किरकोळ खरेदीचे दुकान लाँच केले आहे, जिथे किराणा सामान आणि काही इतर अन्न सामग्रीसह ताजे मासे आणि मांस मिळू शकतात.

पश्चिम बंगाल सरकारचे मासे ऑनलाईन बुक करण्यासाठीचे स्मार्टफिश ॲप या वर्षाच्या सुरुवातीला राज्य मत्स्यव्यवसाय विकास महामंडळाकडून सुरु केले गेले आणि २५ विविध प्रकारच्या माशांचा यामध्ये समावेश आहे. पुढील वर्षात या विविधतेत आणखी वाढ होईल. या ॲप ची ग्राहक संख्या सध्या सुमारे १०,००० इतकी आहे.

'डेलिबाझार' या ॲप द्वारे सध्या ७५-८० प्रकारचे मासे आणि विविध प्रकारचे चिकन आणि मटन पुरवले जात आहे. उपभोक्ताने फक्त एक दिवस आधी रात्री ९ वाजेपर्यंत ऑर्डर नोंदवावी लागते आणि दुसऱ्या दिवशी बाजारपेठेतील खरेदीनंतर दोन तासात ऑर्डर घरपोच होते. 'डेलिबाझार' चे जवळजवळ २२,००० नोंदणीकृत ग्राहक आहेत ज्यामुळे त्यांची वार्षिक उलाढाल ४ कोटी रुपयांपर्यंत होते. वेबसाइट आणि मोबाईल ॲप द्वारे या सेवेचा लाभ घेतला जाऊ शकतो. ग्राहकांना ताजे, कोणतीही प्रक्रिया न झालेले आणि साठवून न ठेवलेले मासे आणि मांस मिळवून देणे हे डेलिबाझारचे मुख्य उद्दिष्ट आहे.

प्रश्न:

अ) आपल्या मते, ऑनलाईन मासे विक्री करणाऱ्या या दोन्ही संस्थांचे डावपेच योग्य आहेत का? मासे ऑनलाईन विक्री करताना त्यांना कोणत्या आव्हानांना तोंड द्यावे लागेल? (१०)

ब) एक विपणन व्यवस्थापक म्हणून, ग्राहकांमध्ये या ॲप्लिकेशनला प्रोत्साहन देण्यासाठी आपण कोणते डावपेच सुचवाल? (१०)