

T.Y.B.Com
-: Business Management Group:-
Marketing Management (Paper III)
April - 2016

QP Code : 17589

(3 Hours)

[Total Marks : 100

- N.B. :** (1) Q. No 1. is **Compulsory**.
(2) Form **Q 2 to Q 8** attempt any **four** questions.
(3) **Figures** to the right indicate **full** marks.
(4) Answer to each question must begin on a new page.

1. Explain the following concepts in not more than eight lines (any five) **20**
 - (a) Need and wants
 - (b) Micro Environment
 - (c) Global marketing
 - (d) Product Positioning
 - (e) Core product
 - (f) Value pricing
 - (g) S.B.U
 - (h) Promotion

2. (a) Define marketing. State its importance in the context of global environment. **10**
(b) Explain the demographic and political factors of environment, which a business firm must consider. **10**

3. (a) Explain the marketing strategies that can be adopted by a marketer during the maturity and the decline stage of product life cycle. **10**
(b) Discuss the process involved in marketing communication mix. **10**

4. (a) Explain any five product pricing strategies. **10**
(b) What are the factors affecting organisational buying behaviour? **10**

5. (a) Critically evaluate the B.C.G matrix. **10**
(b) As a market Leader, how would a marketer design competitive strategies? **10**

6. (a) Suggest an appropriate marketing mix for services. **10**
(b) Highlight the major difficulties of rural marketing. **10**

[TURN OVER

7. Write short notes on **any two** of the following: **20**
- (a) Relationship marketing
 - (b) Globalisation's impact on marketing environment
 - (c) Ways to conduct online marketing.
 - (d) Consumer buying process.
 - (e) Sales forecasting

8. **Case study :-**

Footwear brand Seedland has got 600 outlets in India. The company is looking to expand its international presence significantly with atleast 10 retail outlets in the next one year. The places which are under consideration are Dubai, Moscow, Singapore, Malaysia, China, Thailand, Saudi Arabia and Canada. The company is open to different business formats of global entry, but it is first planning to open its own retail outlets. Each retail outlet will require an investment worth Rs. 1.5 crore, with additional establishment costs of starting the outlet of Rs. 5-10 crores. The company is expected to enjoy certain benefits such as spreading of risk, economies of scale, profits and overall growth of the company.

Questions :-

- (a) Briefly explain the various alternate options available to Seedland company to enter into global markets. **10**
 - (b) Suggest certain guidelines that can be kept in mind by Seedland company, so as to be successful in global markets. **10**
-

QP Code : 17589

3

(मराठी रूपांतर)

(३ तास)

(एकुण गुण : १००)

- सूचना : (१) प्रश्न क्र १ अनिवार्य आहे.
 (२) प्रश्न क्र २ ते ८ पैकी कोणतेही चार प्रश्न सोडवा.
 (३) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.
 (४) अर्थासाठी इंग्रजी भाषेतील प्रश्न मूळ मानावेत.

१. खालील संज्ञा स्पष्ट करा (कोणत्याही पाच) २०
- (अ) निकड आणि गरज
 (ब) सुक्ष्म वातावरण
 (क) जागतिक विपणन
 (ड) वस्तू स्थान
 (इ) महत्वाची वस्तू
 (फ) मूल्य किंमत
 (ग) एस.बी.यू
 (ह) वृद्धी
२. (अ) विपणन व्याख्या द्या. जागतीक वातावरणा संदर्भात त्याचे महत्व विषद करा. १०
 (ब) व्यवसायीक कंपनीने विचाराधीन करावयाचे लोकसंख्याशास्त्र आणि राजकीय वातावरणातील घटक स्पष्ट करा. १०
३. (अ) विपणन करताने वस्तू आयू चक्राच्या परिपक्वता आणि उतरती कळा पातळीवर अवलंलेली विपणन व्यूहरचना स्पष्ट करा. १०
 (ब) विपणन संदेश मिश्रणात समाविष्ट असलेल्या प्रक्रियेची चर्चा करा. १०
४. (अ) उत्पादनाच्या कोणत्याही पाच किंमत निर्धारण व्यूहरचना स्पष्ट करा. १०
 (ब) संघटनात्मक खरेदी वर्तणूकीवर प्रभाव टाकणारे घटक कोणते? १०

[TURN OVER]

५. (अ) बी.सी.जी मॅट्रीक्स यांचे टीकात्मक परिक्षण करा. १०
 (ब) बाजारपेठ प्रमुख (नेता) म्हणून विपणनक स्पर्धात्मक डावपेचांची कशा प्रकारे आखणी करेल. १०
६. (अ) सेवांसाठी योग्य विपणन मिश्रण सूचवा १०
 (ब) ग्रामीण विपणनाच्या मोठ्या समस्यांची चर्चा करा. १०
७. खालीलपैकी कोणत्याही दोहोंवर टीप लिहा २०
 (अ) नाते संबंध विपणन
 (ब) विपणन वातावरणावर जागतिकीकरणाचा प्रभाव
 (क) ऑनलाईन- विपणन करण्याचे पद्धती
 (ड) ग्राहक खरेदी प्रक्रिया
 (इ) विक्रेय पूर्वानुमान
८. वस्तूनिष्ठ अभ्यास
 भारतामध्ये सिडलँड ब्रेडच्या पादात्राणांचे ६०० दुकाने आहे. पुढेच्या वर्षा पर्यंत सिडलँड कंपनीला कमीत कमी दहा किरकोळ दुकाने अंतरराष्ट्रीय बाजार पेठेत प्रस्थापित करण्याचे नियोजन करित आहे. कंपनीने विचारात घेतलेल्या अंतराष्ट्रीय देशांची नावे पुढील प्रमाणे आहे दुबई, मोस्को, सिंगापूर, मलेशिया, चायना, थायलँड सऊदी अरेबीया आणि कॅनेडा. अंतराष्ट्रीय बाजारपेठेत प्रवेश मिळवण्यासाठी कंपनीने वेगवेगळ्या स्वरूपाच्या व्यवसायाचा मार्ग खूला ठेवला असून त्या व्यतिरिक्त स्वमालकीचे किरकोळ दुकाने खुली करण्याचे पहिले नियोजन आखले आहे. प्रत्येक किरकोळ दुकानाची गुंतवणूक १.५ कोटीची असेल आणि त्या व्यतिरिक्त किरकोळ दुकानाच्या स्थापनेसाठी ५ ते १० कोटीची अतिरिक्त रक्कम लागेल. कंपनीला काही ठराविक फायदे अपेक्षित आहे जसे जोखिम पसरविणे, कमी गुंतवणूकीत जास्त उत्पादन, फायदा आणि कंपनीचा एकूण विकास. १०
 (अ) सिडलँड कंपनीला अंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत येण्यासाठी उपलब्ध असलेले वेगवेगळे पर्याय स्पष्ट करा. १०
 (ब) सिडलँड कंपनीला अंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेत यशस्वी होण्यासाठी कोणत्या मार्गदर्शक तत्वांना लक्षात घेतले पाहिजे हे सुचवा.