

T.Y.B.COM
Business Management Group
Marketing Management
(Paper – V) (April - 2017)

Q.P. Code : 01891

[Time: 3 Hours]

[Marks:100]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. **Question no 1 is compulsory.**
 2. **Attempt any four questions from Q.2 to Q.8**
 3. **Answer to each question must begin on fresh page.**
 4. **Figures to the right indicate full marks**

1. Explain the following concepts in not more than eight lines(**any five**): **20**
 - (a) Sales forecasting
 - (b) Product Differentiation
 - (c) Customer Loyalty
 - (d) Direct Marketing
 - (e) Product Positioning
 - (f) Break even pricing
 - (g) Vision
 - (h) Push strategy
2.
 - (a) Define the term marketing? Explain its scope. **10**
 - (b) What is E-Marketing? What are the different ways to conduct on-line business? **10**
3.
 - (a) Define Brand. Suggest the characteristics of a good brand. **10**
 - (b) Explain various product positioning strategies. **10**
4.
 - (a) Explain the different methods of pricing. **10**
 - (b) What are the steps involved in the marketing communication process? **10**
5.
 - (a) Why is sales forecasting important? **10**
 - (b) Discuss in brief the steps involved in strategic marketing planning process **10**
6.
 - (a) As a market leader, how would a marketer design competitive strategies? **10**
 - (b) As a marketing manager, suggest an appropriate marketing mix for services. **10**
7. Write notes on **any two** of the following:- **20**
 - (a) New Product Development
 - (b) SWOT Analysis
 - (c) Consumer buying Process
 - (d) Rural Market Scenario
 - (e) Product life cycle

[Turn Over]

8. Case Study:-

20

In the late 90's, LEGO was aggressively expanding their brand using innovative product designs. It meant manufacturing thousands of new, unique toys that had little connection to the classic LEGO brick systems. LEGO felt the negative impact of this strategy in the year 2003, when the company had lost \$ 300 million in one year and it was projected a further loss of \$ 400 ,million in the following year. When Jorgen Knudstorp took over as CEO in 2004, he took a new approach to LEGO product design: "Ask the kids what they want". The research findings were that the kids didn't wanted to play with pre-built, LEGO-branded action figures. They wanted to build themselves. So, LEGO made their marketing team(who had done extensive research) work with the product designers to make sure they were creating LEGO lines that kids actually wanted. In 2006, LEGO hired an agency to create a campaign that reflected this new direction. "Imagine" got back to LEGO basics by showing classic bricks casting shadows that resembled more complex objects, imitating how kids use their imaginations when building with LEGO. In 2015, which LEGO declared its best year ever, the company brought in \$5.2 billion in revenue, making LEGO the second biggest toy company in the world.

Questions:-

- (a) Analyze the weakness of the strategy adopted by LEGO in the late 90's
 - (b) Suggest various promotional strategies that could have been adopted by LEGO in the late 90's
 - (c) In your opinion, What other strategies could be used by LEGO to connect with its customers to maintain long term relationship?
-

- सूचना: १. प्रश्न क्रमांक १ अनिवार्य आहे.
 २. प्र. २ ते ८ ह्या प्रश्नांपैकी कोणत्याही चार प्रश्नांची उत्तरे लिहा.
 ३. उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात
 ४. इंग्रजी प्रश्न मूळ प्रमाण मानावेत.

१. खालील संकल्पना स्पष्ट करा. आठ ओळींपेक्षा जास्त नको(कोणत्याही पाच): २०
- (अ) विक्रेय पूर्वानुमान
 (ब) वस्तु भेद/फरक
 (क) ग्राहक विश्वासर्हता
 (ड) सरळ विपणन
 (इ) वस्तु स्थानिकरण
 (फ) ना नफा ना तोटा किंमत (Break even pricing)
 (ग) दूरदृष्टी
 (ह) पुश व्यूहरचना
२. (अ) विपणन ह्या संकल्पनेची व्याख्या द्या.त्याची व्याप्ती स्पष्ट करा. १०
 (ब) ई- विपणन म्हणजे काय? ऑनलाईन व्यापार करण्यासाठीच्या विविध पद्धती कोणत्या आहे? १०
३. (अ) बोधनामांकनाची परिभाषा द्या. चांगल्या बोधनामांकनाचे वैशिष्ट्ये सूचवा. १०
 (ब) उत्पादन स्थान निश्चितीकरणाचे विविध व्यूहरचना स्पष्ट करा. १०
४. (अ) किंमत निर्धारणाच्या विविध पद्धती स्पष्ट करा. १०
 (ब) विपणन संदेश प्रक्रियेत समाविष्ट असलेल्या पायऱ्या कोणत्या? १०
५. (अ) विक्रेय पुवानुमान हे महत्वाचे का असते? १०
 (ब) विपणन व्यूहरचना नियोजन प्रक्रियेत समाविष्ट असलेल्या पायऱ्या थोडक्यात चर्चा करा. १०
६. (अ) बाजारपेठ प्रमुख(नेता) म्हणून विपणनक स्पर्धात्मक डावपेचांची कशा प्रकारे आखणी करेल १०
 (ब) विपणन व्यवस्थापक म्हणून 'सेवांसाठी योग्य विपणन मिश्रण' सूचवा १०

७. खालीलपैकी कोणत्याही दोहोंवर टीप लिहा:-

२०

- (अ) नवीन वस्तू विकास/ वाढ
- (ब) स्वॉट(SWOT)विश्लेषण
- (क) ग्राहक खरेदी प्रक्रिया
- (ड) ग्रामिण विपणन रूपरेखा/ साखळी
- (इ) वस्तू आयू चक्र

८. वस्तुनिष्ठ अभ्यास:-

२०

सन १९९० च्या समाप्ती पर्यंत लेगो(LEGO) त्याचे ब्रँड(brand) नाविन्यपूर्ण उत्पादनाच्या डीझाईन उपयोगात आणून जोमाने विस्तारीत झाले होते. असे म्हटले जाते की हजारो नवीन उत्पादने निर्माण केल्या अद्वितीय खेळणी ह्याचा थोडासा संबंध लेगोच्या क्लासिक ब्रिक्स सिस्टिम शी होता. जेव्हा २००३ मध्ये लेगो (LEGO) कंपनीने एका वर्षात ३०० मिलीयन डॉलर आणि त्या पुढच्या वर्षात ४०० मिलीयन डॉलर नुकसान सहन केले तेव्हा लेगो (LEGO)कंपनीला वाटले की त्यांच्या धोरणाचा नकारात्मक परिणाम आहे. पण जेव्हा जॉर्डन कुडस्ट्रॅप यांनी सन २००४ मध्ये सी.ई.ओ म्हणून पद सांभाळले तेव्हा त्यांनी लेगोच्या उत्पादनाच्या डिझाईन साठी नविन दृष्टिकोन घेतला आणि मुलांना विचारले त्यांना काय पाहीजे? संशोधनात असा निष्कर्ष निघाला की मुलांना (LEGO) ब्रँड च्या पूर्व बांधलेल्या क्रिया आकृती बरोबर खेळायचे नव्हते. त्यांना स्वतःला बांधायचे होते म्हणून लेगो ने त्यांची विपणन विक्री शास्त्राचा संघ(ज्यांनी प्रशस्त/ व्यापक असे संशोधन केले)प्रस्थापित करून त्यांनी उत्पादन योजक रचनेचे शिल्पकार यांच्या मदतीने त्यांनी मुलांच्या इच्छे प्रमाणे त्यांना जसे लेगो(LEGO) ब्रँडची उत्पादने पाहिजे होती, त्याचप्रमाणे लेगो(LEGO) ब्रँड ची उत्पादने बनवली.

सन २००६ मध्ये, लेगो ने त्यांच्या एका मोहीमेसाठी जाहिरात एजेन्सी ची नियुक्ती केली त्यातून त्याची नवीन दिशा दिसून आली. 'कल्पना' नामक लेगो (LEGO)च्या उत्कृष्ट विटाची छाया/कल्पना दाखवून लेगो(LEGO) मुलभूत ब्रँड परत आली ती अशी होती की जेव्हा मुले लेगो(LEGO) च्या खुप गुंतागुंती सारख्या दिसणाऱ्या वस्तू सोबत बांधकाम करतात तेव्हा ते त्यांच्या कल्पना शक्तीचे अनुकरण कसे करतात. सन २०१५ लेगो (LEGO) ही जगातली सर्वात मोठी दुसऱ्या नंबरची कंपनी बनली आणि कथा कंपनीने ५.२ बिलियन डॉलर चा महसूल दाखवले हे लेगो(LEGO) साठी सर्वात उत्कृष्ट वर्ष ठरले.

- (१) सन १९९० च्या समाप्तीच्या काळात लेगो(LEGO) ने धोरणे अवलंबली होती त्यात कोणती दुर्बलता होती विश्लेषण करा.
- (२) सन १९९० च्या समाप्तीच्या काळात कोणकोणती वृद्धिची धोरणे अवलंबु शकत होता. सुचवा.
- (३) तुमच्या मता नुसार, ग्राहकांशी संबंध जोडण्यासाठी आणि दिर्घकालीन संबंध जपण्यासाठी, लेगो ने कोणती दुसरी धोरणे अवलंबली पाहीजेत.