

Time : 2 ½ hours

Marks: 75

Note: 1. All the questions are compulsory

2. Figures to the right indicate full marks.

Q1. Answer any two of the following: (15)

- a. Discuss the various functions performed by the middlemen.
- b. Write a note on logistics.
- c. Define e-marketing. State its merits and demerits.

Q2. Answer any two of the following: (15)

- a. Define promotion. What are the factors affecting the promotion mix decisions?
- b. Explain briefly the process in marketing communication program.
- c. Elaborate on role of social media in marketing.

Q3. Answer any two of the following: (15)

- a. Discuss features of consumer buying.
- b. Elucidate the process of consumer purchase decision for high involvement products.
- c. Explain in detail, the factors affecting organizational buying behavior.

Q4. Answer any two of the following: (15)

- a. Define services. Discuss various ways in which organization can manage service quality and productivity.
- b. Describe Indian rural market scenario in brief.
- c. Highlight the strategies that can be used by marketers to face challenges in Indian rural market.

Q5.a. Fill in the blanks with appropriate options: (05)

1. _____ are selling their products directly to the end user for a profit in a small quantity.
 - a. Wholesaler
 - b. Retailer
 - c. Clearing agents
 - d. Forwarding agent
2. _____ is an Indian fashion and lifestyle e-commerce portal, selling apparel, footwear etc and has headquarter in Gurgaon.
 - a. Amazon
 - b. Jabong.com
 - c. eBay
 - d. Flipkart
3. _____ is intended to draw customer's attention towards products.
 - a. Public relations
 - b. Personal selling
 - c. Test marketing
 - d. Point of Purchase
4. _____ buying situation is characterized by first time purchase of a product.
 - a. New task
 - c. Modified rebuy

- b. Straight rebuy d. None of these
5. Service triangle consists of _____
- a. Internal marketing c. Interactive marketing
- b. External marketing d. All of these

Q5.b. State whether the following statement is True or False (05)

1. eBay is a e-commerce division of The Times Group .
2. Guerilla marketing uses unconventional ways to market product to attract customer attention.
3. Marketing communication, coordination and promotion messages do not play important role for manufacturing concern.
4. It is easier to understand consumer buying process for a marketer.
5. Gap between management perception and service quality means that the product was not designed according to the needs and requirement of the customers.

Q5.c. Match the following: (05)

| | Column A | | Column B |
|---|-----------------------------------|---|---------------------------------|
| 1 | Search engine optimization | a | E- marketing |
| 2 | Buying signals of customers | b | Social media |
| 3 | Low involvement product | c | Public relation |
| 4 | Weekly markets | d | Wholesaler |
| 5 | Non- transferability of ownership | e | Rural market |
| | | f | Purchase of salt |
| | | g | Challenges of service marketing |

वेळ: 2½ तास

[गुण: ७५]

कृपया योग्य प्रश्नपत्रिका मिळाली आहे का ते तपासा.

सूचना : (1) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

(2) उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दाखवतात.

(3) मूळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका प्रमाण मानवी

प्र 1 खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या:

१५

अ. मध्यस्थांच्या विविध कार्यांची माहिती लिहा

ब. पुरवठा यावर टीप लिहा

क. ई- विपणन ची व्याख्या लिहा. त्याचे फायदे आणि तोटे लिहा

प्र 2 खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या:

१५

अ. जाहिरात व्याख्या लिहा. प्रमोशन मिक्स निर्णयावर परिणाम करणारे घटक कोणते आहेत?

ब. विपणन संप्रेषण कार्यक्रमात थोडक्यात प्रक्रिया स्पष्ट करा.

क. विपणन मध्ये सोशल मिडियाच्या भूमिकेविषयी माहिती लिहा

प्र 3 खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या:

१५

अ. ग्राहक खरेदीच्या वैशिष्ट्यांची चर्चा करा

ब. उच्च सहभाग उत्पादनांसाठी ग्राहक खरेदीच्या निर्णयाची प्रक्रिया स्पष्ट करा.

क. ग्राहकाच्या संस्थात्मक खरेदी वर्तनावर प्रभावित घटक स्पष्ट करा.

प्र 4 खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या:

१५

अ. सेवा म्हणजे काय? संस्था कोणत्या विविध मार्गांनी सेवेची गुणवत्ता आणि उत्पादकता वाढवू शकते ते लिहा

ब. भारतातील ग्रामीण बाजारपेठेचे थोडक्यात वर्णन करा

क. भारतीय ग्रामीण बाजारपेठेतील आव्हानांना तोंड देण्यासाठी वितरकांद्वारे वापरल्या जाणा-या धोरणाची माहिती लिहा

प्रश्न 5 अ) योग्य पर्यायांसह रिकाम्या जागा भरा:

०५

1. _____ हे त्यांच्या उत्पादनांना अंतिम वापरकर्त्यांस वस्तू कमी प्रमाणात नफा मिळवून थेट विकतात

अ. घाऊक विक्रेता ब. किरकोळ विक्रेता क. क्लियरिंग एजंट ड. अग्रेसर एजंट

2. _____ एक भारतीय फॅशन आणि जीवनशैली ई-कॉमर्स पोर्टल आहे, जे वस्त्र, पादत्राणे इत्यादी विकते आणि गुडगावात मुख्यालय आहे.

अ. ऍमेझॉन ब. जबॉग.कॉम क. ई-बे ड.. फ्लिपकार्ट

3. _____ चा उद्देश उत्पादनाकडे ग्राहकांचे लक्ष वेधणे आहे.

अ. जनसंपर्क ब. वैयक्तिक विक्री क. चाचणी विपणन ड. खरेदीबिंदू

4. वस्तूची खरेदी पहिल्यांदाच करणे हे या खरेदी प्रक्रियेचे वैशिष्ट्य आहे

अ. नवीन कार्य ब. सरळ पुनखरेदी क. सुधारित पुनखरेदी ड. यापैकी एकही नाही

5. सेवा त्रिकोणात _____ समावेश असतो

अ. अंतर्गत विपणन ब. बाह्य विपणन क परस्परसंवादी विपणन ड. हे सर्व

ब खालील विधाने चूक कि बरोबर ते लिहा

०५

1. ईबे हा टाईम्स ग्रुपचा ई-कॉमर्स विभाग आहे.

2. ग्युरेल्ला विपणन ग्राहकांचे लक्ष वेधण्यासाठी बाजार उत्पादनासाठी अपारंपरिक मार्गांचा वापर करते.

3. विपणन संदेशवहन, समन्वय आणि जाहिरात उत्पादन प्रक्रियेमध्ये महत्वाची भूमिका बजावत नाहीत.

4. मार्केटरसाठी उपभोक्ता खरेदीची प्रक्रिया समजणे सोपे आहे.

5. व्यवस्थापन धारणा आणि सेवा गुणवत्ता मधील फरक याचा अर्थ असा आहे की ग्राहकांच्या गरजा आणि गरजेनुसार ह उत्पादन तयार करण्यात आले नाही.

क खालील जोड्या जुळवा

०५

| | स्तंभ अ | | स्तंभ ब |
|----|--------------------------|---|--------------------|
| 1. | शोध इंजिन ऑप्टिमायझेशन | अ | ई- विपणन |
| 2. | ग्राहकाचा खरेदीसाठीचा कल | ब | सोशल मीडिया |
| 3. | कमी सहभाग उत्पादन | क | जनसंपर्क |
| 4. | साप्ताहिक बाजार | ड | घाऊक व्यापारी |
| 5. | मालकी हस्तांतरण न करणे | इ | ग्रामीण बाजार |
| | | फ | मिठाची खरेदी |
| | | ग | सेवा विपणन आव्हाने |
