

[Time: 3 Hours]

[Marks:100]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All questions are compulsory.
 2. Figures to the right indicates full marks.

- Q.1 Answer any two of the following. (Out of three) 20**
- a) Discuss the various salient features of marketing.
 - b) Enumerate the different challenges in modern marketing scenario.
 - c) What is the importance of marketing in the 21st century?
- Q.2 Answer any two of the following. (Out of three) 20**
- a) Discuss the significance of market segmentation.
 - b) Explain in detail the consumer behavior of Indian Middle Class.
 - c) What are the factors influencing consumer behavior?
- Q.3 Answer any two of the following. (Out of three) 20**
- a) Describe the factors contributing to the growth of rural markets in India.
 - b) What is green marketing? Discuss the importance of green marketing.
 - c) Discuss the various problems of service marketing?
- Q.4 Answer any two of the following. (Out of three) 20**
- a) Explain in detail significance of Marketing Information System.
 - b) Write a note on external marketing environmental factors.
 - c) Discuss the definition and features of marketing research process.
- Q.5 A) Define the terms 10**
1. Concept of selling
 2. Buying motives
 3. Internet marketing
 4. Relationship concept of Marketing
 5. Service marketing
- B) State whether following statements are True or False 05**
1. Rural demand largely depends on performance of Agriculture sector in India.
 2. Customers usually buy the products with similar buying motives.
 3. Marketing is applicable to profitable as well as non-profitable organizations.
 4. Green marketing helps in reducing pollution.
 5. Secondary is the data which is readily available.

C) **Fill in the blanks.**

05

1. _____ is a basis of demographic segmentation.
(Income, Hobby, Lifestyle)
2. _____ gives a distinctive and separate identity of the product.
(Logo, Brand, Slogan)
3. Consumers buy same product with _____ buying motives.
(Similar, identical, different)
4. _____ means the process of subdividing the market into smaller groups.
(Market Research, Market Sefmatch, Market Strategy)
5. ____ data is the first hand information collected by the researcher.
(Primary, Secondary, both the data)

(मराठी रूपांतर)

[वेळ: ३ तास]

[गुण: १००]

- सूचना: १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
२. उजव्या बाजूचे अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.
- प्र.१** खालीलपैकी कोणत्याही दोन उत्तर द्या. (तीन पैकी) २०
अ) मार्केटिंगच्या विविध मुख्य वैशिष्ट्यांवर चर्चा करा.
ब) आधुनिक मार्केटिंग परिस्थितीत विविध आव्हानांची संख्या मोजा.
क) २१ व्या शतकात मार्केटिंगचे महत्त्व काय आहे?
- प्र.२** खालीलपैकी कोणत्याही दोन उत्तर द्या. (तीन पैकी) २०
अ) बाजार विभाजनाची महत्त्व विचारात घ्या.
ब) भारतीय मध्यमवर्गीय ग्राहकांचे वर्तन तपशीलावर समजावून घ्या.
क) ग्राहक वर्तन प्रभावित करणारे घटक कोणते आहेत?
- प्र.३** खालीलपैकी कोणत्याही दोन उत्तर द्या. (तीन पैकी) २०
अ) भारतातील ग्रामीण बाजारांच्या वाढीसाठी योगदान देणारी कारणे विचारात घ्या.
ब) ग्रीन मार्केटिंग म्हणजे काय? हिरव्या विपणन महत्त्व चर्चा.
क) सेवा मार्केटिंगच्या विविध समस्यांवर चर्चा करायची?
- प्र.४** खालीलपैकी कोणत्याही दोन उत्तर द्या. (तीन पैकी)
अ) मार्केटिंग माहिती प्रणालीचे विस्तृत महत्त्व समजून घ्या.
ब) बाह्य विपणन पर्यावरणीय घटकांवर एक टीप लिहा.
क) विपणन संशोधन प्रक्रियेची परिभाषा आणि वैशिष्ट्ये विचारात घ्या.
- प्र.५** अ) अटी परिभाषित करा. १०
१. विक्रीची संकल्पना
२. उद्देश खरेदी करणे
३. इंटरनेट मार्केटिंग
४. मार्केटिंगची नातेसंबंध संकल्पना
५. सेवा विपणन
ब) राज्य खालील निवेदन सत्य किंवा असत्य ०५
१. ग्रामीण मागणी मुख्यत्वे भारतात कृषी क्षेत्राच्या कामगिरीवर अवलंबून असते.
२. ग्राहक सामान्यतः समान खरेदी उद्देशांसह उत्पादने खरेदी करतात.
३. नफा कामावण्यायोग्य आणि ना-नाफायोग्य संस्थांना मार्केटिंग लागू आहे.
४. ग्रीन मार्केटिंग प्रदूषण कमी करण्यास मदत करते.
५. माध्यमिक हा डेटा उपलब्ध आहे जो सहजपणे उपलब्ध आहे.

क) रिक्त स्थान भरा.

१. _____ लोकसंख्याशास्त्रीय विभाजन आधार आहे.

(उत्पन्न, छंद, जिवनशैली)

२. _____ उत्पादनाची एक विशिष्ट आणि वेगळी ओळख देते.

(लोगो, ब्रॅंड, स्लोगन)

३. ग्राहक _____ खरेदी उद्देशांसह समान उत्पादन खरेदी करतात.

(सारखे, तंतोतंत, भिन्न)

४. _____ लहान गटांमध्ये बाजारपेठेचे उपविभाजन करण्याची प्रक्रिया.

(विपणन, संशोधन, बाजार विभागीकरण)

५. _____ डेटा ही संशोधकांद्वारे गोळा केलेली प्रथम माहिती आहे.

(प्राथमिक, द्वितीय, दोन्ही)
