

Duration: 3 Hours

Maximum Marks: 100

Section I

Marks: 50

Note:- 1) Question **No. I is Compulsory.**

2) Attempt **any two** out of the remaining **four questions.**

Q 1 a . What is CRM? Discuss the benefits and challenges of CRM. **20**

OR

Q 1 b . What are the strategies adopted by market followers and nichers? **15**

Q 2. Explain the steps involved in developing marketing strategies. **15**

Q 3. Explain the meaning and importance of brand equity. **15**

Q 4. What are the essentials for the success of a marketing strategy? **15**

Q 5. What are the components of modern MIS? **15**

Section II

Marks: 50

Note:- 1) Question **No. 6 is Compulsory.**

2) Attempt **any two** out of the remaining **four questions.**

Q 6 a. Explain the new company capabilities and new customer capabilities. **20**

OR

Q 6 b . Discuss the tools of Integrated Marketing Communication (IMC) mix. **15**

Q 7. Explain the consumer adoption process. **15**

Q 8. Explain the steps in marketing control. **15**

Q 9. Discuss the IMC process. **15**

Q 10. Explain the meaning and functions of wholesalers. **15**

Q. P. Code: 51173

मराठी रुपांतर

वेळ: ३ तास

विभाग १

एकूण गुण: १००

गुण: ५०

सूचना - १) प्रश्न क्र. १ सक्तीचा आहे.

२) उर्वरित चार प्रश्नांपैकी कोणतेही दोन प्रश्न लिहा.

३) इंग्रजी प्रश्न प्रमाण मानावेत

प्र. १ अ) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन म्हणजे काय? त्याचे फायदे आणि आव्हाने यांची चर्चा करा. (२०)

किंवा

प्र. १ ब) बाजारपेठ अनुयायी आणि बाजारपेठ प्रभागाद्वारे कोणते डावपेच वापरले जातात? (२०)

प्र. २ विपणन डावपेच विकसित करण्याच्या पायऱ्या स्पष्ट करा. (१५)

प्र. ३ मुद्रा मालकीचा अर्थ आणि महत्त्व स्पष्ट करा. (१५)

प्र. ४ विपणन डावपेचांच्या यशासाठी आवश्यक बाबी कोणत्या आहेत? (१५)

प्र. ५ आधुनिक विपणन माहिती प्रणालीचे घटक कोणते आहेत?

विभाग २

गुण: ५०

सूचना : - १) प्रश्न क्रमांक ६ अनिवार्य आहे.

२) उर्वरित चार प्रश्नांपैकी कोणतेही दोन प्रश्न लिहा.

प्र. ६ अ) नवीन कंपनी क्षमता आणि नवीन ग्राहक क्षमता स्पष्ट करा. (२०)

किंवा

प्र. ६ ब) एकात्मिक विपणन संज्ञापन मिश्रणाच्या साधनांची चर्चा करा. (२०)

प्र. ७ ग्राहक दत्तक प्रक्रिया स्पष्ट करा. (१५)

प्र. ८ विपणन नियंत्रणातील टप्पे स्पष्ट करा. (१५)

प्र. ९ एकात्मिक विपणन संज्ञापन प्रक्रियेवर चर्चा करा. (१५)

प्र. १० घाऊक विक्रेत्यांचा अर्थ आणि कार्य स्पष्ट करा. (१५)