

M.COM [PART – I]
-: MANAGEMENT GROUP :-
MARKETING STRATEGIES & PLANS
(OLD)
(PAPER- II) (JUNE - 2019)

Total Marks : 100

- N, B, 1) Question **1** is **Compulsory**
 2) Attempt **any four** questions from Q. Nos. **2 to 7**
 3) All questions carry equal marks

- Q. 1 Explain any four of the following terms 20
 a) SWOT Analysis e) Retail management
 b) GE Business Screen f) Mission
 c) Customer delight g) Direct marketing
 d) Product positioning
- Q 2 a) Discuss the elements of strategy. 10
 b) What are the factors affecting resource allocation. Explain. 10
- Q 3 a) Identify and explain the sources of competitive advantage vital for success of a firm. 10
 b) Enumerate the various steps in marketing planning. 10
- Q 4 a) State and explain the micro environmental factors which can influence Company's marketing strategy. 10
 b) Explain the benefits of market segmentation. 10
- Q 5 a) What are the reasons for failure of a new product? Explain with suitable Examples. 10
 b) Define branding, Discuss the different methods of branding a new product. 10
- Q 6 a) Explain the factors influencing channel selection. 10
 b) Define Integrated Marketing Communication, Explain the elements of Integrated Marketing Communication. 10

Q 7. Case Study:

Deshmukh Datta 60,a Successful marketing manager in Jay hind Food Ltd, located in Ahmedabad GIDC Area, ignored recommendations of Mr.Ramesh, a young and dynamic research officer to change features and qualities of products.Mr Deshmukh denied his recommendations stating that it was meaningless to change when company was leading in the market and sales volume was increasing .the company had a strong position in the market. Current performance was quite satisfactory, he stated that without internal need if organization and external pressure of the present market to make any changes in the products was foolish act.

Mr Ramesh argued that he recommended on the basis of the market trend measured in the last month by market survey of 100 customers and 25 dealers .The proposed changes were required as precautionary measures. Mr. Deshmukh was not ready to disturb marketing activities without any current needs. Mr. Ramesh disappointed, he worried for the future challenges, but was helpless to protect the interest of his company.

After 6 months, dealers started placing less number of orders of less quantity than previous. When asked ,they stated that customers were demanding different features ,more substitutes of varied features and superior qualities were available .They were not interested in the existing products .Mr. Deshmukh Datta highly shocked to know it. The company was loosing customers .now it was too late to meet customers expectations.

Questions:

1. How would you evaluate the decision of marketing manager not to change product quality and features? **05**
2. What made Mr. Deshmukh to continue products without any change & why was Mr.Ramesh insisting to modify existing products? **05**
3. Do you think that a firm should always implement recommendations to market survey fully? Why? **10**

वेळ: ३ तास

एकूण गुण: १००

सूचना:- १) प्रश्न क्र. १ अनिवार्य आहे.

2) प्रश्न क्र. २ ते ७ मधील कोणतेही चार प्रश्न सोडावा.

3) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

4) इंग्रजी प्रश्नपत्रिका प्रमाण मानावी

प्र. १ खालीलपैकी कोणत्याही चार संकल्पना स्पष्ट करा.

२०

अ) SWOT विश्लेषण

ई) किरकोळ व्यवस्थापन

ब) GE व्यवसाय पडदा

फ) जीवित कार्ये

क) ग्राहक आनंद

ग) प्रत्यक्ष विपणन

ड) वस्तू स्थिती

प्रश्न २ अ) धोरणाच्या घटकावर चर्चा करा.

१०

ब) संसाधन वाटपावर परिणाम करणारे घटक कोणते आहेत ते स्पष्ट करा.

१०

प्रश्न ३ अ) संस्थेस यश मिळवण्यासाठी, महत्वाच्या असणाऱ्या स्पर्धात्मक फायद्यांचा स्त्रोत

ओळखा आणि स्पष्ट करा.

१०

ब) विपणन नियोजनामधील विविध पायऱ्यांचे मोजमाप करा.

१०

प्रश्न ४ अ) कंपनीच्या विपणन धोरणावर परिणाम करणारे सूक्ष्म पर्यावरणीय घटक स्पष्ट करून

सांगा.

१०

ब) बाजारपेठ विभागीकरणाचे फायदे स्पष्ट करा.

१०

प्रश्न ५ अ) नवीन वस्तूच्या अपयशाची कारणे कोणती आहेत? योग्य उदाहरणे देऊन स्पष्ट करा.

१०

ब) मुद्रांकनाची व्याख्या द्या. नवीन वस्तूचे मुद्रांकन करतानाच्या विविध प्रकारांवर चर्चा करा.

१०

प्रश्न ६ अ) वितरण मार्ग (चॅनेल) निवडीवर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा.

१०

ब) एकात्मिक विपणन संज्ञापनाची व्याख्या द्या. एकात्मिक विपणन संज्ञापनाचे घटक स्पष्ट करा.

१०

प्रश्न ७. वस्तुनिष्ठ अभ्यास :

अहमदाबाद जीआयडीसी क्षेत्रामध्ये स्थित जय हिंद फूड लिमिटेड मधील, देशमुख दत्ता वय ६० हे यशस्वी विपणन व्यवस्थापक आहेत. त्यांनी वस्तूची वैशिष्ट्ये आणि दर्जा बदलण्यासाठी श्री. रमेश, एक तरुण आणि गतिशील संशोधन अधिकारी यांनीकेलेल्या शिफारसीकडे दुर्लक्ष केले. श्री. देशमुख यांनी शिफारस नाकारताना असे म्हटले की कंपनी बाजारपेठेत आघाडी घेत असताना आणि विक्रीचे प्रमाण प्रमाण वाढत असताना बदल करणे निरर्थक आहे. कंपनीची बाजारामध्ये मजबूत स्थिती होती. सध्याची कामगिरी अत्यंत समाधानकारक होती, त्यांनी सांगितले की संघटनेच्या अंतर्गत गरजांशिवाय आणि सद्य बाजारपेठेच्या बाह्य दबावाशिवाय, वस्तूमधील बदल हे मूर्खपणाचे कृत्य आहे.

श्री रमेश यांनी युक्तिवाद केला की त्यांनी केलेली शिफारस ही मागील महिन्यातील १०० ग्राहक आणि २५ व्यापाऱ्यांच्या बाजारपेठ सर्वेक्षणाद्वारे बाजारपेठ कलाच्या आधारे मोजलेली आहे. सुचवलेले बदल हे सावधगिरीची उपाययोजना म्हणून आवश्यक होते. श्री. देशमुख कोणत्याही वर्तमान गरजेशिवाय, विपणन कार्यात व्यत्यय आणण्यास तयार नव्हते. श्री. रमेश निराश झाले, त्यांना भविष्यातील आव्हानांबद्दल काळजी वाटली, परंतु आपल्या कंपनीच्या हिताचे रक्षण करण्यासाठी ते असहाय्य होते.

६ महिन्यांनंतर, विक्रेत्यांनी पूर्वीपेक्षा कमी प्रमाणात कमी ऑर्डर देण्यास सुरुवात केली. विचारले असता ते म्हणाले की ग्राहक वेगवेगळ्या वैशिष्ट्यांची मागणी करीत आहेत, विविध वैशिष्ट्यांची आणि उत्तम दर्जाचे अधिक पर्याय उपलब्ध आहेत. त्यांना अस्तित्वात असलेल्या उत्पादनांमध्ये रूची नव्हती. हे जाणून श्री. देशमुख दत्ता यांना मोठा धक्का बसला. कंपनी ग्राहकांना गमावत होती. ग्राहकांची अपेक्षा पूर्ण करण्यासाठी आता खूप उशीर झाला होता.

प्रश्न:

१. विपणन व्यवस्थापकाच्या वस्तू दर्जा आणि वैशिष्ट्ये न बदलण्याच्या निर्णयाचे आपण कसे मूल्यांकन

कराल ?

०५

२. श्री. देशमुख यांनी कुठल्याही प्रकारचे बदल न करता उत्पादन चालू ठेवण्याचे कशामुळे ठरविले ?

श्री. रमेश यांनी विद्यमान उत्पादनामध्ये सुधारणा करण्याचा आग्रह का धरला होता ?

०५

३. तुम्हाला असे वाटते का की संस्थेने शिफारसी नेहमी बाजारपेठ सर्वेक्षणानुसार अंमलात आणल्या

पाहिजेत? का?

१०