

M.Com. (NEP Pattern) Semester-I  
**NEP-226-1 / 01MCOM104 - Advanced Marketing Management**

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/W/24/15040**

Max. Marks : 80

- 
- Notes : 1. All questions are compulsory.  
2. All questions carry equal marks.

1. a) Explain the concept of marketing mix and the strategic marketing planning. **16**

**OR**

b) Explain the concept of modern marketing and discuss scope and importance of marketing.

2. a) What is market segmentation? State the types of marketing segmentation. **16**

**OR**

b) Explain micro and macro component of marketing environment.

3. a) Explain necessity of branding and packaging. Write their importance and advantages. **16**

**OR**

b) What is production (product) life cycle? Explain the stage of production life cycle about new product development. **16**

4. a) State the need of discount and rebate? And difference between discount and rebate. **16**

**OR**

b) What is mean by price? Explain kinds of price determination. **16**

5. Write short notes.

a) Marketing evolution. **4**

b) Customer relationship. **4**

c) Product mix **4**

d) Pricing Policy. **4**

\*\*\*\*\*

M.Com. (NEP Pattern) Semester-I  
**NEP-226-1 / 01MCOM104 - Advanced Marketing Management**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

- सुचना :- 1. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.  
2. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

1. अ) विपणन मिश्र संकल्पना आणि विपणन नियोजनाची व्यूहरचना स्पष्ट करा. 16  
किंवा  
ब) विपणनाची आधुनिक संकल्पना स्पष्ट करा आणि विपणनाची व्याप्ती आणि महत्वाची चर्चा करा. 16
2. अ) विपणी विभाजन म्हणजे काय? वस्तु विपणन विभाजनाचे प्रकार सांगा. 16  
किंवा  
ब) विपणन पर्यावरणाचे सूक्ष्म व स्थूल घटक स्पष्ट करा. 16
3. अ) चिन्हाकंनाचे व संवेष्टनाचे गरज स्पष्ट करा. त्यांचे महत्व आणि फायदे लिहा. 16  
किंवा  
ब) उत्पाद जीवन चक्र म्हणजे काय? नविन उत्पाद विकासाबाबत उत्पाद जीवन चक्राच्या अवस्था स्पष्ट करा. 16
4. अ) सुट व सवलतीची आवश्यकता विशद करून सुट व सवलतीचा फरक स्पष्ट करा. 16  
किंवा  
ब) किंमत म्हणजे काय? किंमत निर्धारणाचे प्रकार स्पष्ट करा. 16
5. टिपा लिहा.  
अ) विपणनाची उत्क्रांती 4  
ब) ग्राहक सहसंबंध 4  
क) उत्पाद मिश्रण 4  
ड) किंमत धोरण 4

\*\*\*\*\*

M.Com. (NEP Pattern) Semester-I  
**NEP-226-1 / 01MCOM104 - Advanced Marketing Management**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

सुचनाएँ :- 1. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।  
2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

- |    |    |   |    |
|----|----|---|----|
| 1. | अ) | विपणन मिश्र संकल्पना एवं विपणन नियोजन की व्यूहरचना स्पष्ट किजिए।  | 16 |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | ब) | विपणन की आधुनिक संकल्पना स्पष्ट करें और विपणन की व्याप्ति एवं महत्वों की चर्चा किजिए।                     | 16 |
| 2. | अ) | बाजार विभाजन से क्या तात्पर्य है। उसके प्रकार विशद किजिए।   | 16 |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | ब) | विपणन पर्यावरण के सूक्ष्म तथा स्थूल कारक स्पष्ट किजिए।  | 16 |
| 3. | अ) | चिन्हांकन एवं संवेष्टन की आवश्यकताओं स्पष्ट किजिए। उनके महत्व तथा लाभ लिखिए।                              | 16 |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | ब) | उत्पाद जीवन चक्र से अर्थबोध क्या होता है। नये उत्पाद विकास में उत्पाद जीवन चक्र की अवस्थाएँ स्पष्ट किजिए। | 16 |
| 4. | अ) | छूट तथा सवलत की आवश्यकता विशद करें एवं उनके फरक स्पष्ट किजिए।   | 16 |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | ब) | मुल्य से क्या तात्पर्य है। मुल्य निर्धारण के प्रकार स्पष्ट किजिए।   | 16 |
| 5. |    | टिप्पणी लिखिए।  |    |
|    | अ) | विपणन की उत्क्रांती।  | 4  |
|    | ब) | ग्राहक सहसंबंध।   | 4  |
|    | क) | उत्पाद मिश्रण।  | 4  |
|    | ड) | मुल्य नीती  | 4  |

\*\*\*\*\*

