

B.Com. - I (CBCS Pattern) Semester-I
UCA1EM1 - Marketing Management - Basic Marketing Management-I

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/W/24/10642

Max. Marks : 80

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

- | | | | |
|-----------|--------------------|---|----|
| 1. | a) | Explain the meaning, definition and characteristics of Marketing. | 8 |
| | b) | What do you mean by Marketing? Explain the nature of Marketing. | 8 |
| OR | | | |
| | c) | What is Marketing? Also elaborate scope and functions of Marketing. | 16 |
| 2. | a) | Explain the characteristics of Consumer Behavior. | 8 |
| | b) | Explain the Buying motives of consumer. | 8 |
| OR | | | |
| | c) | Write the personal & sociocultural factors of consumer behaviour. | 16 |
| 3. | a) | Explain the objective of pricing policy. | 8 |
| | b) | Explain the characteristics of pricing policy. | 8 |
| OR | | | |
| | c) | Explain the factors which influencing on pricing decision. | 16 |
| 4. | a) | What is Branding? Explain its importance. | 8 |
| | b) | Explain the need and importance of packing. | 8 |
| OR | | | |
| | c) | Discuss the advantages & dis-advantages of packing. | 16 |
| 5. | Write short notes. | | |
| | a) | Nature of marketing. | 4 |
| | b) | Difficulties in determining the Buying Motives. | 4 |
| | c) | Importance of price policies. | 4 |
| | d) | Role of Branding for identification to product. | 4 |

B.Com. - I (CBCS Pattern) Semester-I
UCA1EM1 - Marketing Management - Basic Marketing Management-I

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) विपणनाचा अर्थ, व्याख्या आणि वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8
ब) विपणन यापासून आपणास काय अर्थ बोध होतो? विपणनाचे स्वरूप स्पष्ट करा. 8
किंवा
क) विपणन म्हणजे काय? विपणनाची व्याप्ती आणि कार्य स्पष्ट करा. 16
2. अ) ग्राहक वर्तणूक ची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8
ब) ग्राहक खरेदी प्रेरणा स्पष्ट करा. 8
किंवा
क) ग्राहकांच्या वर्तणुकीचे वैयक्तिक, सामाजिक - सांस्कृतिक घटक स्पष्ट करा. 16
3. अ) किंमत धोरणाचे उद्देश स्पष्ट करा. 8
ब) किंमत धोरणाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8
किंवा
क) किंमत निर्णयाला प्रभावित करणारे घटक स्पष्ट करा. 16
4. अ) चिन्हांकन म्हणजे काय? चिन्हांकनाचे महत्व स्पष्ट करा? 8
ब) बांधणीची आवश्यकता व महत्व स्पष्ट करा. 8
किंवा
क) बांधणीचे गुण आणि दोष यावर चर्चा करा. 16
5. टिपण लिहा.
अ) विपणनाचे स्वरूप 4
ब) ग्राहकांच्या खरेदी प्रेरणांच्या निर्धारणातील अडचणी 4
क) किंमत धोरणाचे महत्व 4
ड) उत्पाद ओळखणीकरीता चिन्हांकनाची भूमिका 4

B.Com. - I (CBCS Pattern) Semester-I
UCA1EM1 - Marketing Management - Basic Marketing Management-I

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

सुचनाएँ :- 1. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

- | | | | |
|----|----|---|----|
| 1. | अ) | विपणन का अर्थ, परिभाषा और विशेषताएँ स्पष्ट करें। | 8 |
| | ब) | विपणन का आशय एवं विपणन के स्वरूप स्पष्ट करें। | 8 |
| | | अथवा | |
| | क) | विपणन क्या है? विपणन का दायरा और कार्य स्पष्ट करें। | 16 |
| 2. | अ) | उपभोक्ता आचरण की विशेषताएँ स्पष्ट करें। | 8 |
| | ब) | उपभोक्ता क्रय प्रेरणा स्पष्ट करें। | 8 |
| | | अथवा | |
| | क) | उपभोक्ता आचरण के व्यक्तिगत और सामाजिक-सांस्कृतिक घटक विशद करें। | 16 |
| 3. | अ) | मूल्यनिर्णय के उद्देश्य स्पष्ट करें। | 8 |
| | ब) | मूल्य नीतियों की विशेषताएँ स्पष्ट करें। | 8 |
| | | अथवा | |
| | क) | मूल्यनिर्धारण को प्रभावी करनेवाले कारक विस्तार से स्पष्ट करें। | 16 |
| 4. | अ) | चिन्हांकन क्या है चिन्हांकन? का महत्व स्पष्ट करें। | 8 |
| | ब) | संवेष्टन की आवश्यकता और महत्व को स्पष्ट करें। | 8 |
| | | अथवा | |
| | क) | संवेष्टन के लाभ और हानि पर चर्चा करें। | 16 |
| 5. | | संक्षिप्त टिप्पण लिखिये। | |
| | अ) | विपणन का स्वरूप। | 4 |
| | ब) | उपभोक्ता क्रय प्रेरणा निर्धारण की समस्या। | 4 |
| | क) | मूल्य निर्धारण नीति का महत्व। | 4 |
| | ड) | उत्पाद की पहचान हेतु चिन्हांकन की भूमिका। | 4 |
