

**UCA1EM1 - Marketing Management : Basic Marketing Management Paper-I**

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/S/23/10642**

Max. Marks : 80

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

1. a) Define the term “marketing”. State its functions. **8**  
b) Discuss the ‘pre-independence’ and ‘Post independence’ marketing in India. **8**

**OR**

- c) State the nature and scope of marketing in India. **16**  
2. a) Discuss the Psychological factors of consumer behaviour. **8**  
b) Narrate the determinants of consumer behaviour. **8**

**OR**

- c) Evaluate the personal and social factors of consumer behaviour. **16**  
3. a) Explain the objectives of price policy. **8**  
b) What do you mean by ‘Pricing’? Discuss its determinants. **8**

**OR**

- c) State the significance of Pricing Policy. **16**  
4. a) Write the concept & nature of branding. **8**  
b) State the advantages & disadvantages of packing. **8**

**OR**

- c) Write the concept, objectives and functions of packing. **16**  
5. Write answers in brief.  
a) Importance of Marketing. **4**  
b) Indicate the characteristics of consumer behaviour. **4**  
c) Highlight on the price policy. **4**  
d) Significance of branding. **4**

\*\*\*\*\*

**UCA1EM1 - Marketing Management : Basic Marketing Management Paper-I**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) 'विपणन व्यवस्थापन' संज्ञा परिभाषित करा त्याची कार्ये सांगा. 8
- ब) भारतातील 'स्वातंत्र्य पूर्व विपणन व स्वातंत्र्य नंतर विपणन' यावर चर्चा करा. 8
- किंवा
- क) भारतातील विपणनाचे स्वरूप व व्याप्ती सांगा. 16
2. अ) ग्राहक वर्तणूकीच्या 'मानसशास्त्रीय घटकावर चर्चा करा. 8
- ब) उपभोक्ता वर्तणूकीचे निर्धारक घटक स्पष्ट करा. 8
- किंवा
- क) ग्राहक वर्तणूकीचे वैयक्तिक व सामाजिक घटकाचे मूल्यमापन करा. 16
3. अ) मूल्य धोरणांची उद्दिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8
- ब) 'मूल्य' चा आपणास काय अर्थबोध होतो? त्याच्या निर्णय घटकाची चर्चा करा. 8
- किंवा
- क) मूल्य धोरणाचे महत्त्व सांगा. 16
4. अ) चिन्हांकनाची संकल्पना व स्वरूप लिहा. 8
- ब) बांधणीचे फायदे व तोटे सांगा. 8
- किंवा
- क) बांधणीची संकल्पना, उद्देश व कार्य लिहा. 16
5. थोडक्यात उत्तरे लिहा.
- अ) विपणनाचे महत्त्व 4
- ब) उपभोक्ता वर्तणूकीचे वैशिष्ट्ये दर्शवा. 4
- क) मूल्य धोरणावर प्रकाश टाका. 4
- ड) बांधणीचे महत्त्व 4

\*\*\*\*\*

**UCA1EM1 - Marketing Management : Basic Marketing Management Paper-I**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) 'विपणन प्रबंधन' संज्ञा परिभाषित किजिये। उसके कार्य बताइये। 8
- ब) भारत में 'पहले स्वातंत्र विपणन और बाद में-स्वातंत्र विपणन' की चर्चा किजिये। 8
- अथवा**
- क) भारत में विपणन के स्वभाव तथा अवसर बताइये। 16
2. अ) उपभोक्ता आचरण के मनोवैज्ञानिक घटक की चर्चा कीजिये। 8
- ब) उपभोक्ता आचरण के निर्धारक घटक बताइये। 8
- अथवा**
- क) उपभोक्ता आचरण के व्यक्तिगत तथा सामाजिक घटक का मूल्यांकन किजिये। 16
3. अ) मूल्य नितियों के उद्देश्य विशद किजिये। 8
- ब) 'मूल्य से आपका क्या अभिप्राय है? इसके निर्णय घटक की चर्चा किजिये। 8
- अथवा**
- क) मूल्य नितियों के महत्व बताइये। 16
4. अ) चिन्हांकन की संकल्पना एवं स्वरूप लिखिए। 8
- ब) बांधनी के लाभ एवं हानियाँ बताइए। 8
- अथवा**
- क) बांधनी की संकल्पना, उद्देश्य एवं कार्य लिखिए। 16
5. संक्षेप में उत्तर लिखिए।
- अ) विपणन के महत्व। 4
- ब) उपभोक्ता आचरण के विशेषताएँ दर्शाइये। 4
- क) मूल्य निति पर प्रकाश डालिये। 4
- ड) बांधनी के महत्व 4

\*\*\*\*\*

