

M.Com. (CBCS / New CBCS PATTERN) Semester I
PCC1F04 - Marketing Management

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/W/22/13680

Max. Marks : 80

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

1. a) Explain in details the concept of marketing mix. 16

OR

b) Define marketing. State its nature, Scope importance of marketing in Economy.

2. a) Define Buyer behaviour. Explain the consumer decision making process. 16

OR

b) Elaborate Micro and Macro components of Marketing environment.

3. a) Explain new product development and consumer adoption process. 16

OR

b) Explain the concept of product and state the classification of product life cycle.

4. a) What is price? Define the classification of pricing policies and strategies of Marketing company. 16

OR

b) Elaborate the factors affecting the price Determination.

5. Write short answer.

- | | |
|---|---|
| a) Marketing planning. | 4 |
| b) Measuring advertising effectiveness. | 4 |
| c) Importance of Branding. | 4 |
| d) Discount and Rebate. | 4 |

M.Com. (CBCS / New CBCS PATTERN) Semester I
PCC1F04 - Marketing Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) विपणी मिश्रणाची संकल्पना सविस्तर स्पष्ट करा. 16

किंवा

- ब) विपणनाची व्याख्या देऊन तिचे स्वरूप, व्याप्ती आणि अर्थव्यवस्थेतील महत्त्व सांगा.

2. अ) ग्राहक वर्तणुक म्हणजे काय? विपणनामधील निर्णय प्रक्रिया स्पष्ट करा. 16

किंवा

- ब) विपणन पर्यावरणाचे सूक्ष्म व स्थूल घटक स्पष्ट करा.

3. अ) नविन वस्तु विकास व ग्राहकांची ग्रहण प्रक्रिया स्पष्ट करा. 16

किंवा

- ब) वस्तु संकल्पना स्पष्ट करून वस्तुचे वर्गीकरण व वस्तु जीवन चक्र स्पष्ट करा.

4. अ) किंमत म्हणजे काय? किंमत निर्धारण व व्युहरचना सविस्तरपणे विशद करा. 16

किंवा

- ब) मूल्य निर्धारणाला प्रभावीत करणारे घटक सविस्तरपणे विशद करा.

5. थोडक्यात उत्तरे लिहा.

- | | |
|--------------------------------|---|
| अ) विपणन नियोजन | 4 |
| ब) जाहिराती प्रभावशिलतेचे मापन | 4 |
| क) चिन्हांकनाची महत्त्व लिहा | 4 |
| ड) सवलत व सुट | 4 |

M.Com. (CBCS / New CBCS PATTERN) Semester I
PCC1F04 - Marketing Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) विपणन मिश्रण संकल्पना विस्तार से स्पष्ट कीजिए। 16

अथवा

- ब) विपणन को परिभाषित करें एवं व्याप्ति तथा अर्थव्यवस्था में महत्व बताइयें।

2. अ) विपणन में ग्राहक वर्तणुक परिभाषित करें एवं निर्णय प्रक्रिया स्पष्ट कीजिए। 16

अथवा

- ब) विपणन पर्यावरण के सूक्ष्म तथा स्थूल घटक स्पष्ट कीजिए।

3. अ) नये वस्तु का विकास एवं ग्राहक की ग्रहण प्रक्रिया स्पष्ट कीजिए। 16

अथवा

- ब) उत्पाद संकल्पना स्पष्ट कीजिए। उत्पाद का वर्गीकरण एवं उत्पाद जीवनचक्र स्पष्ट कीजिए।

4. अ) मूल्य का अर्थ क्या है? मूल्य निर्धारण एवं व्युत्पन्न विस्तार से स्पष्ट कीजिए। 16

अथवा

- ब) मूल्य निर्धारण को प्रभावित करनेवाले घटक को विस्तार पूर्वक स्पष्ट कीजिए।

5. संक्षिप्त में उत्तर लिखिये
- | | |
|---------------------------------|---|
| अ) विपणन नियोजन | 4 |
| ब) विज्ञापन प्रभावशीलता का मापन | 4 |
| क) चिन्हांकन का महत्व | 4 |
| ड) छुट एवं सवलत | 4 |
