

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

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/W/22/10642

Max. Marks : 80

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

1. a) Discuss the pre- Independence & post Independence marketing in India? 8
b) Explain the meaning & concept of market and marketing? 8
- OR**
- c) Elaborate the scope & functions of marketing in India in Libraries. 16
2. a) Define the term “Consumer Behaviour”. State it’s importance. 8
b) Mention the psychological factors of consumer behaviour. 8
- OR**
- c) Write the personal & sociocultural factors of consumer behaviour. 16
3. a) Explain the meaning & importance of pricing policy. 8
b) Explain the objectives of pricing policy. 8
- OR**
- c) State the objects of pricing policy and its affecting factor. 16
4. a) State the objectives of Branding. 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) Characteristics of consumer behaviour. 4
c) Price policy. 4
d) Importance of Branding. 4

B.Com.- I (CBCS Pattern) Sem-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) भारतातील 'स्वातंत्र्य पूर्व' विपणन 'स्वातंत्र्यानंतर विपणन' यावर चर्चा करा? 8
ब) विपणी व विपणनाचा अर्थ व संकल्पना विशद करा. 8
- किंवा**
- क) मुक्त अर्थव्यवस्थेत भारतातील विपणनाची व्याप्ती व कार्ये सविस्तर स्पष्ट करा. 16
2. अ) उपभोक्ता वर्तवणूक म्हणजे काय? त्यांचे महत्व सांगा. 8
ब) उपभोक्ता वर्तवणुकीचे मानसशास्त्रीय घटक नमूद करा. 8
- किंवा**
- क) ग्राहकाच्या वर्तवणुकीचे सामाजीक व सांस्कृतीक घटक लिहा. 16
3. अ) मुल्य धोरणाचा अर्थ आणि महत्व स्पष्ट करा. 8
ब) मुल्य धोरणाची उद्दिष्टे स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- क) किंमत धोरणाचे उद्देश आणि त्याला प्रभावीत करणारे घटक सांगा. 16
4. अ) चिन्हाकनाचे उद्देश सांगा. 8
ब) बांधनीची आवश्यकता व महत्व स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- क) बांधनीचे फायदे व तोटे यावर चर्चा करा. 16
5. थोडक्यात उत्तरे लिहा.
अ) विपणाचे स्वरूप. 4
ब) उपभोक्ता वर्तवणुकीचे वैशिष्ट्ये. 4
क) मुल्य धोरण 4
ड) चिन्हाकनाचे महत्व 4

B.Com.- I (CBCS Pattern) Sem-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) भारत में 'स्वातंत्र्य पूर्व विपणन' तथा 'स्वातंत्र्य के बाद विपणन' की चर्चा किजिए। | 8 |
| | ब) मंडी एवं विपणन की परीभाषा एवं संकल्पना स्पष्ट किजिए। | 8 |
| अथवा | | |
| | क) मुक्त अर्थव्यवस्था में भारत की विपणन व्यापकता एवं कार्य विस्तार से स्पष्ट किजिए। | 16 |
| 2. | अ) उपभोक्ता आचरण से क्या अर्थबोध होता है। उसके महत्व बतलाइये। | 8 |
| | ब) उपभोक्ता आचरण के मनोवैज्ञानिक घटक स्पष्ट किजिए। | 8 |
| अथवा | | |
| | क) उपभोक्ता आचरण के सामाजिक सांस्कृतिक कारक लिखिए। | 16 |
| 3. | अ) मुल्यनितीका आशय एवं महत्व स्पष्ट किजिए। | 8 |
| | ब) मुल्यनिती के उद्दिष्ट स्पष्ट किजिए। | 8 |
| अथवा | | |
| | क) मुल्यनिती के उद्देश और उसे प्रभावीत करनेवाले कारक बतलाईये। | 16 |
| 4. | अ) चिन्हाकन के उद्देश बताइए। | 8 |
| | ब) बांधनीकी आवश्यकता एवं महत्व स्पष्ट कीजिए। | 8 |
| अथवा | | |
| | क) बांधनीके लाभ एवं हानीया पर चर्चा किजिए। | 16 |
| 5. | संक्षेप्त में उत्तर लिखिए। | |
| | अ) विपणन के स्वभाव | 4 |
| | ब) उपभोक्ता आचरण के विशेषताए। | 4 |
| | क) मुल्यनिती पर प्रकाश। | 4 |
| | ड) चिन्हांकन के महत्व। | 4 |
