

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

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/S/25/10642

Max. Marks : 80

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

1. a) What do you mean by marketing writes its characteristics of marketing. 8
b) Elaborate the scope & functions of marketing. 8

OR

- c) Explain the pre Independence? Post-independence marketing in India. 16
2. a) Explain the buying motive of consumer. 8
b) Explain the importance of consumer behaviour. 8

OR

- c) Write the personal & psychological factors of consumer behaviour. 16
3. a) Explain the objectives 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 objective. 8
b) Explain the need & importance of packaging. 8

OR

- c) Discuss the Advantages & disadvantages of packaging. 16
5. Write short answer.
a) Nature of marketing. 4
b) Difficulties in determining the buying motives. 4
c) Marketing mix. 4
d) Role of branding. 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 सोडविणे आवश्यक आहे.
2. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहे.

1. अ) विपणन म्हणजे काय? त्याची वैशिष्ट्ये लिहा. 8
ब) विपणनाची व्याप्ती आणि कार्य स्पष्ट करा. 8

किंवा

- क) भारतातील स्वातंत्र्यपूर्व व स्वातंत्र्योत्तर विपणनावर विस्ताराने माहिती लिहा. 16
2. अ) ग्राहक खरेदी प्रेरणा स्पष्ट करा. 8
ब) ग्राहक वर्तणुकीचे महत्व स्पष्ट करा. 8

किंवा

- क) ग्राहक वर्तणूकीचे वैयक्तिक व मानस शास्त्रीय 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? त्याचे उद्देश स्पष्ट करा. 8
ब) बांधणीची आवश्यकता व महत्व स्पष्ट करा. 8

किंवा

- क) बांधणीचे गुण व दोष ह्यावर चर्चा करा. 16
5. थोडक्यात उत्तरे लिहा.
अ) विपणनाचे स्वरूप. 4
ब) ग्राहकांच्या खरेदी प्रेरणांच्या निर्धारणातील अडचणी. 4
क) विपणन मिश्रण. 4
ड) 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 क्या है? विपणन की विशेषताएं बतलाईये। 8
ब) विपणन कि व्याप्ति और कार्य स्पष्ट किजीये। 8

अथवा

- क) भारत के स्वातंत्र्यपूर्व एवं स्वातंत्र्यता पश्चात विपणन कि विस्तृत माहिती दिजीये। 16
2. अ) उपभोक्ता क्रय प्रेरणा स्पष्ट किजीये। 8
ब) उपभोक्ता आचरण का महत्व स्पष्ट किजीये। 8

अथवा

- क) उपभोक्ता आचरण के व्यक्तिगत और मानसशास्त्रीय घटक विशद करें। 16
3. अ) किंमत धोरण के उद्देश स्पष्ट किजीये। 8
ब) किंमत धोरण कि विशेषताएँ स्पष्ट किजीये। 8

अथवा

- क) मुल्य निर्धारण को प्रभावित करनेवाले कारकों को विस्तार से स्पष्ट किजीये। 16
4. अ) चिन्हांकन माने क्या? एवं उसके उद्देश स्पष्ट किजीये। 8
ब) संवेष्टन कि आवश्यकता एवं महत्व को स्पष्ट किजीये। 8

अथवा

- क) संवेष्टन के लाभ एवं हानी पर चर्चा किजीये। 16
5. संक्षेप में जवाब दिजीये।
अ) विपणन के स्वरूप। 4
ब) उपभोक्ता क्रय प्रेरणा निर्धारण कि समस्या। 4
क) विपणन मिश्र। 4
ड) चिन्हांकन कि भूमिका। 4
