

M.Com. (Part-I) (NEP Pattern) Semester-I
NEP-226-1 / 01MCOM104 - Advanced Marketing Management

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/S/25/15040

Max. Marks : 80

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

1. Explain the concept, Nature and function of marketing. 16

OR

Explain the concept of marketing mix and strategic of marketing planning. 16

2. What do you mean by marketing environment and explain the factors of micro and macro environment. 16

OR

What is consumer behaviour explain the various methods of measuring consumer behaviour.

3. Explain the product life cycle process. 16

OR

What do you mean by product? Define its concept and explain the product line and product mix. 16

4. What is price? Explain the pricing policy and strategies. 16

OR

State the need of discount and Rebate. Difference between discount and rebate. 16

5. Write short notes

a) Marketing importance. 4

b) Client relationship. 4

c) Branding packaging. 4

d) Pricing strategies. 4

M.Com. (Part-I) (NEP Pattern) Semester-I
NEP-226-1 / 01MCOM104 - Advanced Marketing Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. विपणनाची संकल्पना, स्वरूप व कार्य स्पष्ट करा. 16

किंवा

विपणन मिश्रणाची संकल्पना व विपणन नियोजनाची धोरणात्मक व्याख्या विशद करा. 16

2. विपणन पर्यावरण म्हणजे काय विपणन पर्यावरणांचे सुक्ष्म व स्थूल घटक स्पष्ट करा? 16

किंवा

ग्राहक वर्तन काय आहे आणि ग्राहक वर्तन मोजण्याच्या विविध पद्धती स्पष्ट करा. 16

3. उत्पादन जीवन चक्र प्रक्रिया स्पष्ट करा. 16

किंवा

उत्पादन म्हणजे काय? त्याची व्याख्या करा आणि उत्पादन रेखा आणि उत्पादन मिश्रण स्पष्ट करा. 16

4. किंमत म्हणजे काय? किंमत ची संकल्पना स्पष्ट करून किंमत धोरण व त्याची व्युत्पत्ती स्पष्ट करा. 16

किंवा

सुट आणि सवलत आवश्यकता स्पष्ट करून 'सुट व सवलत' या मधील फरक स्पष्ट करा? 16

5. थोडक्यात उत्तरे लिहा.

अ) विपणनाचे महत्त्व 4

ब) ग्राहक संबंध 4

क) बोधचिन्ह, संवेष्टण 4

ड) किंमत निती 4

M.Com. (Part-I) (NEP Pattern) Semester-I
NEP-226-1 / 01MCOM104 - Advanced Marketing Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

- | | | |
|----|---|----|
| 1. | विपणन की परिभाषा, स्वरूप एवं कार्य स्पष्ट किजिए। | 16 |
| | अथवा | |
| | विपणन मिश्र की संकल्पना तथा विपणन की रणनीति की योजना स्पष्ट किजिए। | 16 |
| 2. | विपणन पर्यावरण का क्या तात्पर्य है। विपणन पर्यावरण के सूक्ष्म तथा स्थूल घटक स्पष्ट किजिए। | 16 |
| | अथवा | |
| | उपभोक्ता व्यवहार क्या होता है? उपभोक्ता व्यवहार को मापने के विभिन्न तरीकों की व्याख्या किजिए। | 16 |
| 3. | उत्पाद जीवनचक्र प्रक्रिया स्पष्ट किजिए। | 16 |
| | अथवा | |
| | उत्पाद का तात्पर्य बतलाईय? उत्पाद की संकल्पना एवं उत्पादन रेखा तथा उत्पाद मिश्रण को स्पष्ट किजिए। | 16 |
| 4. | मूल्य का क्या तात्पर्य है। मूल्य निर्धारण नीति तथा उसकी रणनीति स्पष्ट किजिए। | 16 |
| | अथवा | |
| | छुट एवं सवलत की आवश्यकताएं विशद किजिए। एवमं छुट तथा सवलत में फरक स्पष्ट किजिए। | 16 |
| 5. | संक्षिप्त में उत्तर लिखिए। | |
| | अ) विपणन के महत्त्व | 4 |
| | ब) ग्राहक संबंध | 4 |
| | क) बोधचिन्ह, बांधणी | 4 |
| | ड) मूल्य नीति | 4 |
