

B.Com. (Part-I) (CBCS Pattern) Semester-II
UCA2EM2 - Marketing Management - Basic Marketing Management - II

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/S/25/10656

Max. Marks : 80

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

1. a) Define the functions of channel of distribution. 8
b) Discuss about channel of distribution. 8

OR

- c) What is mean by channel of distribution? Define various Intermediates of distribution channel. 16
2. a) Explain the characteristics of Advertisement. 8
b) Explain the nature of advertising agency. 8

OR

- c) Define concept of advertising agency? Define various functions of advertising agency. 16
3. a) What is meant by sales forecasting? Explain the types of sales forecasting. 8
b) Explain limitation of sales forecasting. 8

OR

- c) Explain techniques of sales forecasting. 16
4. a) Discuss the concept of products development. 8
b) Explain the concept & definition of product. 8

OR

- c) What is meant by product life cycle? Explain the stages of product life cycle. 16
5. Write in shorts.
- a) Explain the term 'agent'. 4
b) Advantages of advertising. 4
c) Objectives of sales forecasting. 4
d) What is meant by maturity stage. 4

B.Com. (Part-I) (CBCS Pattern) Semester-II
UCA2EM2 - Marketing Management - Basic Marketing Management - II

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

- | | | | |
|--------------|-----------------------|---|----|
| 1. | अ) | वितरण मार्गाची कार्य स्पष्ट करा. | 8 |
| | ब) | वितरण मार्गाविषयी चर्चा करा. | 8 |
| किंवा | | | |
| | क) | वितरण मार्ग म्हणजे काय? वितरक मार्गातील विविध मध्यस्थ स्पष्ट करा. | 16 |
| 2. | अ) | जाहिरातीचे वैशिष्ट स्पष्ट करा. | 8 |
| | ब) | जाहिरात संस्थेचे स्वरूप स्पष्ट करा. | 8 |
| किंवा | | | |
| | क) | जाहिरात संस्थेची परिभाषा सांगून, जाहिरात संस्थेचे विविध कार्य स्पष्ट करा. | 16 |
| 3. | अ) | विक्रय पुर्वानुमान म्हणजे काय? व विविध प्रकार सविस्तार स्पष्ट करा. | 8 |
| | ब) | विक्रय पुर्वानुमानाच्या मर्यादा स्पष्ट करा. | 8 |
| किंवा | | | |
| | क) | विक्रय पुर्वानुमानाचे तंत्रे विशद करा. | 16 |
| 4. | अ) | वस्तु विकासावर चर्चा करा. | 8 |
| | ब) | वस्तुची संकल्पना व व्याख्या सविस्तार लिहा. | 8 |
| किंवा | | | |
| | क) | वस्तु जीवनचक्र म्हणजे काय? ते सांगून जीवनचक्राच्या विविध पायऱ्याची चर्चा करा. | 16 |
| 5. | थोडक्यात उत्तरे लिहा. | | |
| | अ) | दलालाची संकल्पना स्पष्ट करा. | 4 |
| | ब) | जाहिरातीचे फायदे | 4 |
| | क) | विक्रय पुर्वानुमानाचे उद्देश | 4 |
| | ड) | वस्तु परिपक्वता म्हणजे काय? | 4 |

B.Com. (Part-I) (CBCS Pattern) Semester-II
UCA2EM2 - Marketing Management - Basic Marketing Management - II

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

- | | | | |
|-------------|-------------------------|---|----|
| 1. | अ) | वितरक मार्ग के कार्य स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| | ब) | वितरक मार्ग के बारे में चर्चा कीजिये। | 8 |
| अथवा | | | |
| | क) | वितरण मार्ग का क्या आशय है? वितरण मार्ग के विविध मध्यस्थ स्पष्ट कीजिये। | 16 |
| 2. | अ) | विज्ञापन की विशेषताएँ स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| | ब) | विज्ञापन संस्था के स्वरूप स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| अथवा | | | |
| | क) | विज्ञापन संस्था की परिभाषा और विज्ञापन संस्था के विविध कार्य स्पष्ट कीजिये। | 16 |
| 3. | अ) | विक्रय पुर्वानुमान का आशय क्या है? और विक्रय पुर्वानुमान के प्रकार को स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| | ब) | विक्रय पुर्वानुमान की सिमाओं को (Limitation) स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| अथवा | | | |
| | क) | विक्रय पुर्वानुमान की तकनीक विशद कीजिये। | 16 |
| 4. | अ) | वस्तु विकास पर चर्चा कीजिए। | 8 |
| | ब) | वस्तु की परिभाषा तथा संकल्पना स्पष्ट कीजिए। | 8 |
| अथवा | | | |
| | क) | वस्तु के जीवन चक्र से क्या ज्ञात होता है? वस्तु के जीवनचक्र के चरण (stages) स्पष्ट कीजिए। | 16 |
| 5. | संक्षेप में टिपा लिखिए। | | |
| | अ) | ‘दलाल’ की संज्ञा स्पष्ट कीजिये। | 4 |
| | ब) | विज्ञापन के फायदे। | 4 |
| | क) | विक्रय पुर्वानुमान के उद्देश। | 4 |
| | ड) | वस्तु परिपक्वता का आशय क्या है? | 4 |
