

B.Com. CBCS Pattern Semester-II  
**UCA2EM2 - Optional Group A - Marketing Management Paper-I :**  
**Basic Marketing Management-II**

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/S/24/10656**

Max. Marks : 80

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

1. a) Define the selection of proper distribution channel. 8  
b) Explain function of channel of distribution. 8
- OR**
- c) Discuss about the factors influencing channel of distribution. 16
2. a) Discuss importance of Advertising. 8  
b) Explain the function of Advertising. 8
- OR**
- c) State the meaning of Advertisement? Explain the merits & demerits of Advertisement. 16
3. a) State the objective of sales forecasting. 8  
b) Explain the various types of sale forecasting. 8
- OR**
- c) Explain concept of sales forecast and factors influencing on it? 16
4. a) Define Product. Explain new product development process. 8  
b) Explain the concept and importance of innovation. 8
- OR**
- c) Explain the stages of product life cycle. 16
5. Write short notes:
- a) Characteristics of channels of distribution. 4  
b) Advertising Agencies. 4  
c) Importance of sales forecasting. 4  
d) Growth and Maturity. 4

\*\*\*\*\*

B.Com. CBCS Pattern Semester-II  
**UCA2EM2 - Optional Group A - Marketing Management Paper-I :**  
**Basic Marketing Management-II**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

- |              |            |  |    |
|--------------|------------|--|----|
| 1.           | अ)         | योग्य वितरण मार्गाची निवड स्पष्ट करा.                                    | 8  |
|              | ब)         | वितरण मार्गाची कार्य स्पष्ट करा.   | 8  |
| <b>किंवा</b> |            |  |    |
|              | क)         | वितरण मार्गाला प्रभावित करणाऱ्या घटकाची चर्चा करा.                       | 16 |
| 2.           | अ)         | जाहिरातीचे महत्त्व विशद करा.   | 8  |
|              | ब)         | जाहिरात संस्थेचे कार्य विशद करा.   | 8  |
| <b>किंवा</b> |            |  |    |
|              | क)         | जाहिरातीचा अर्थ स्पष्ट करा? व त्याच्या गुणदोषांची चर्चा करा.             | 16 |
| 3.           | अ)         | विक्रय पूर्वानुमानाचे उद्देश स्पष्ट करा.                                 | 8  |
|              | ब)         | विक्रय पूर्वानुमानाचे प्रकार विशद करा.                                   | 8  |
| <b>किंवा</b> |            |  |    |
|              | क)         | विक्रय पूर्वानुमानाची संकल्पना स्पष्ट करा व त्याचे गुण दोष वर चर्चा करा. | 16 |
| 4.           | अ)         | वस्तूची व्याख्या लिहा. नविन वस्तू उत्पादनाची विकास प्रक्रिया स्पष्ट करा. | 8  |
|              | ब)         | वस्तू नवप्रवर्तनाची संकल्पना व महत्त्व स्पष्ट करा.                       | 8  |
| <b>किंवा</b> |            |  |    |
|              | क)         | वस्तू जीवन चक्राच्या अवस्था स्पष्ट करा.                                  | 16 |
| 5.           | टिपा लिहा. |  |    |
|              | अ)         | वितरण मार्गाची विशेषता.  | 4  |
|              | ब)         | जाहिरात संस्था   | 4  |
|              | क)         | विक्रय पूर्वानुमानाचे महत्त्व  | 4  |
|              | ड)         | वृद्धी आणि परिपक्वता   | 4  |

\*\*\*\*\*

B.Com. CBCS Pattern Semester-II  
**UCA2EM2 - Optional Group A - Marketing Management Paper-I :**  
**Basic Marketing Management-II**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

सुचनाएँ :- 1. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

- |             |                |   |    |
|-------------|----------------|---|----|
| 1.          | अ)             | योग्य वितरण मार्ग का चुनाव स्पष्ट कीजिये।                             | 8  |
|             | ब)             | वितरण मार्ग के कार्य स्पष्ट कीजिये।                                   | 8  |
| <b>अथवा</b> |                |   |    |
|             | क)             | वितरण मार्ग को प्रभावित करनेवाले कारकों पर चर्चा कीजिये।              | 16 |
| 2.          | अ)             | विज्ञापन का महत्व बतलाईए।   | 8  |
|             | ब)             | विज्ञापन संस्था के कार्य विशद कीजिये।                                 | 8  |
| <b>अथवा</b> |                |   |    |
|             | क)             | विज्ञापन का अर्थ बतलाईए और उसके लाभ और हानी पर चर्चा कीजिये।          | 16 |
| 3.          | अ)             | विक्रय पूर्वानुमान के उद्देश स्पष्ट कीजिये।                           | 8  |
|             | ब)             | विक्रय पूर्वानुमान के विभिन्न प्रकार बतलाईए।                          | 8  |
| <b>अथवा</b> |                |   |    |
|             | क)             | विक्रय पूर्वानुमान कि संकल्पना विशद कीजिये और उसके गुण दोष बतलाईये।   | 16 |
| 4.          | अ)             | उत्पाद की परिभाषित कीजिए? नई उत्पाद विकास कि प्रक्रिया स्पष्ट कीजिये। | 8  |
|             | ब)             | उत्पाद नवप्रवर्तन कि संकल्पना एवं महत्व स्पष्ट कीजिये।                | 8  |
| <b>अथवा</b> |                |   |    |
|             | क)             | उत्पाद जीवन चक्र की अवस्थाओं को स्पष्ट कीजिये।                        | 16 |
| 5.          | टिप्पणी लिखिए। |   |    |
|             | अ)             | वितरण मार्ग की वैशिष्ट्ये।  | 4  |
|             | ब)             | विज्ञापन संस्था।  | 4  |
|             | क)             | विक्रय पूर्वानुमान का महत्व।  | 4  |
|             | ड)             | वृद्धि एवं परिपक्वता।   | 4  |

\*\*\*\*\*

