

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

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/S/24/10642S

Max. Marks : 80

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

1. a) Discuss the Pre-Independence & Post Independence marketing in India. 8
b) Explain the Functions of marketing in the liberalized Economy in India. 8
OR
c) What do you mean by marketing? Explain it's nature scope and importance. 16
2. a) Explain the characteristics of consumer behaviour. 8
b) Write the sociocultural theory of consumer behaviour. 8
OR
c) Define the term "Consumer behaviour" Explain it's importance. 16
3. a) Explain the objectives of pricing policy. 8
b) Narrate the meaning and importance of marketing mix. 8
OR
c) What do you mean by pricing policies? Explain it's affecting internal & external factors. 16
4. a) What is meant by channel of distributions? State it's types. 8
b) Explain the importance of channel distribution. 8
OR
c) State the important role of whole sellers in channel of distribution. 16
5. Write short notes-
a) Modern concept of marketing. 4
b) Customer Buying Motives 4
c) Basic elements of price. 4
d) Functions of Retailer. 4

B.Com. (CBCS Pattern) Sem-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 आहेत.

1. अ) स्वातंत्र्यपूर्व आणि स्वातंत्र्यानंतर भारतातील विपणन प्रक्रियेबाबत चर्चा करा. 8
ब) भारतातील उदारीकरणाच्या धोरणानुसार विपणनाचे कार्य स्पष्ट करा. 8
किंवा
क) विपणनचा अर्थ व त्याचे स्वरूप, व्याप्ती व महत्व स्पष्ट करा. 16
2. अ) उपभोक्ता वर्तवणूकीचे वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8
ब) ग्राहकांच्या वर्तवणूकीचे सामाजीक सांस्कृतीक सिध्दांत लिहा. 8
किंवा
क) ग्राहक वर्तवणूक म्हणजे काय? ग्राहक वर्तवणूकीचे महत्व स्पष्ट करा. 16
3. अ) किंमत धोरणाचे उद्दीष्ट स्पष्ट करा. 8
ब) विपणन मिश्रणाचा अर्थ व महत्वाचे वर्णन करा. 8
किंवा
क) मुल्य निर्धारण म्हणजे काय? मुल्य निर्धारणाला प्रभावीत करणारे अंतर्गत व बहिर्गत घटक स्पष्ट करा. 16
4. अ) 'वितरण मार्ग म्हणजे काय?' त्याचे प्रकार सांगा. 8
ब) वितरण मार्गाचे महत्व स्पष्ट करा. 8
किंवा
क) वितरण मार्गात घाऊक व्यापाऱ्यांची महत्वपूर्ण भूमिका सांगा. 16
5. टिपण लिहा.
अ) विपणनाची आधुनीक संकल्पना. 4
ब) ग्राहकांच्या क्रय प्रेरणा. 4
क) किंमतीचे मूलभूत घटक. 4
ड) किरकोळ व्यापाऱ्यांची कार्ये. 4

B.Com. (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) | स्वातंत्र्यपूर्व तथा स्वातंत्र्योत्तर भारत में विपणन प्रक्रिया पर चर्चा कीजिए। | 8 |
| | ब) | भारत के उदारीकरण के धोरण के नुसार विपणन कार्य स्पष्ट कीजिए। | 8 |
| | | अथवा | |
| | क) | विपणन का आशय एवं विपणन के स्वरूप व्यापकता और महत्व स्पष्ट कीजिए। | 16 |
| 2. | अ) | उपभोक्ता आचरण की विशेषताएँ स्पष्ट कीजिए। | 8 |
| | ब) | उपभोक्ता आचरण के सामाजिक सांस्कृतिक सिद्धांत लिखिए। | 8 |
| | | अथवा | |
| | क) | उपभोक्ता आचरण का अर्थ एवं उपभोक्ता आचरण के महत्व विशद कीजिए। | 16 |
| 3. | अ) | मुल्यधोरण के उद्देश्य बतलाइये। | 8 |
| | ब) | विपणन मिक्स का अर्थ बतलाकर महत्व वर्णित कीजिए। | 8 |
| | | अथवा | |
| | क) | मुल्यनिर्धारण का अर्थ एवं मुल्यनिर्धारण के प्रभावशील अंतर्गत एवं बहिर्गत घटक स्पष्ट कीजिए। | 16 |
| 4. | अ) | ‘वितरण मार्ग’ से क्या अभिप्राय है। उसके प्रकार बतलाइये। | 8 |
| | ब) | वितरण मार्ग के महत्व स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| | | अथवा | |
| | क) | वितरण मार्ग में थोक व्यापारियों की महत्वपूर्ण भूमिका बतलाइये। | 16 |
| 5. | | टिपण लिखिए। | |
| | अ) | विपणन की आधुनिक संकल्पना। | 4 |
| | ब) | उपभोक्ता क्रय-प्रेरण। | 4 |
| | क) | मुल्य का मूलभूत कारक। | 4 |
| | ड) | खुदरा व्यापारियों के कार्य। | 4 |
