

M.Com. New CBCS Pattern Semester-I
PCC1F04 - Marketing Management

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/S/24/13680

Max. Marks : 80

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

1. a) Explain the nature, scope and function of marketing. 16
- OR**
- b) Explain the concept of marketing mix. Discuss its elements and various options. 16
2. a) Explain the different factor of marketing environment. Discuss the impact of marketing environment on firm's marketing decision. 16
- OR**
- b) What you mean by market segmentation? Explain the types of segmentation in details. 16
3. a) What you mean by product? Explain the management of product life cycle with the help of diagram. 16
- OR**
- b) What is product development process. Explain product line and product mix. 16
4. a) Define pricing policy and explain the factor to be considered while determining the pricing policy. 16
- OR**
- b) Explain the meaning of pricing decision. State the importance and objectives of pricing decision. 16
5. Write short notes.
- a) Marketing evolution. 4
- b) Consumer behaviour. 4
- c) Branding and Packaging. 4
- d) Discount and Rebates. 4

M.Com. New CBCS Pattern Semester-I
PCC1F04 - Marketing Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) विपणनाचे स्वरूप, व्याप्ती आणि कार्य स्पष्ट करा. 16
किंवा
ब) विपणन मिश्रणची संकल्पना स्पष्ट करा. त्याचे घटक व विविध पर्यायाची चर्चा करा. 16
2. अ) विपणन पर्यावरणाचे विभिन्न घटक सविस्तर स्पष्ट करा. विपणन पर्यावरणाचे बाजार पेठेतील होणारा प्रभाव याबाबत चर्चा करा. 16
किंवा
ब) विपणी विभाजन यापासून आपणास काय अर्थबोध होतो? विपणी विभाजनाचे प्रकार सविस्तर स्पष्ट करा. 16
3. अ) वस्तू म्हणजे काय? वस्तू जीवनचक्राचे व्यवस्थापन आकृतीसह स्पष्ट करा. 16
किंवा
ब) वस्तूविकास प्रक्रिया म्हणजे काय? आणि वस्तू रेषा व वस्तू मिश्र याबाबत चर्चा करा. 16
4. अ) मुल्यधोरण परिभाषित करा. आणि किंमत धोरण निर्धारण करताना विचारात घ्यावयाचे घटक स्पष्ट करा. 16
किंवा
ब) किंमत निर्धारणाचा अर्थ स्पष्ट करा. किंमत निर्धारणाचे महत्व व उद्देश सांगा. 16
5. थोडक्यात लिहा. 16
- अ) विपणनाची उत्क्रांती 4
ब) उपभोक्त्याची वर्तणूक 4
क) चिन्हांकन आणि बांधणी 4
ड) सुट आणि सवलत 4

M.Com. New CBCS Pattern Semester-I
PCC1F04 - Marketing Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

- सुचनाएँ :- 1. सभी सवाल अनिवार्य हैं।
2. सभी सवालों के अंक समान हैं।

1. अ) विपणन का स्वरूप, व्यापकता और कार्य स्पष्ट किजिये। 16
अथवा
ब) विपणन मिश्रण की संकल्पना स्पष्ट करें। उसके कारक एवं विभिन्न विकल्प की चर्चा किजिये। 16
2. अ) विपणन पर्यावरण के विभिन्न कारक को विस्तार से स्पष्ट करें। विपणन पर्यावरण का बाजार में प्रभाव पर चर्चा किजिए। 16
अथवा
ब) विपणन विभाजन से क्या आशय है? विपणन विभाजन के प्रकार विस्तार से स्पष्ट करें। 16
3. अ) उत्पाद से क्या आशय है? उत्पाद जिवनचक्र व्यवस्थापन आरेख सहित विस्तार से स्पष्ट करो। 16
अथवा
ब) उत्पाद विकास प्रक्रिया का अर्थ क्या है? उत्पाद रेखा और उत्पाद मिश्रण पर चर्चा किजिए। 16
4. अ) मुल्यनिती परिभाषित किजिए। मुल्यनिती निर्धारण में ध्यान में लेनेवाले कारक स्पष्ट किजिए। 16
अथवा
ब) मुल्य निर्धारण का अर्थ स्पष्ट किजिए। मुल्यनिर्धारण का महत्व एवं उद्देश्य बतलाईये। 16
5. संक्षेप में लिखिये।
- अ) विपणन क्रमागत उन्नति। 4
ब) ग्राहक बर्ताव। 4
क) चिन्हांकन एवं पैकेजिंग। 4
ड) छूट एवं सवलत। 4
