

B.Com.- I CBCS Pattern Semester-I  
**UCA1EM1 - Marketing Management - Basic Marketing Management-I**

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/S/24/10642**

Max. Marks : 80

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

1. a) Explain the meaning & concept of market and marketing? 8  
b) State the scope of marketing in India. 8
- OR**
- c) Discuss the 'pre-independence' and 'Post independence' marketing in India. 16
2. a) What is mean by consumer behavior? Explain importance of consumer behavior. 8  
b) Narrate the determinants of consumer behavior. 8
- OR**
- c) Explain the Buying motives of consumer. 16
3. a) Narrate the meaning and importance of pricing, policy. 8  
b) Explain the objectives of pricing policy. 8
- OR**
- c) State the types of pricing policy and its affecting factor. 16
4. a) What is Branding? Explain its importance. 8  
b) What is mean by packaging and explain its objectives. 8
- OR**
- c) Elaborate importance of branding and packaging in detail and explain its functions. 16
5. a) Importance of marketing. 4  
b) Characteristics of consumer behavior. 4  
c) One price policy. 4  
d) Functions of packaging. 4

\*\*\*\*\*

B.Com.- I CBCS Pattern Semester-I  
**UCA1EM1 - Marketing Management - Basic Marketing Management-I**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

- |    |    |   |    |
|----|----|---|----|
| 1. | अ) | विपणी व विपणनाचा अर्थ व संकल्पना विशद करा?                                    | 8  |
|    | ब) | भारतातील विपणनाची व्याप्ती सांगा.   | 8  |
|    |    | <b>किंवा</b>  |    |
|    | क) | भारतातील 'स्वातंत्र्य पूर्व विपणन' व 'स्वातंत्र्य नंतर विपणन' यावर चर्चा करा. | 16 |
| 2. | अ) | ग्राहक वर्तणूक म्हणजे काय? ग्राहक वर्तणुकीचे महत्व स्पष्ट करा.                | 8  |
|    | ब) | उपभोक्ता वर्तणुकीचे निर्धारक घटक स्पष्ट करा.                                  | 8  |
|    |    | <b>किंवा</b>  |    |
|    | क) | ग्राहकांच्या खरेदी प्रेरणा स्पष्ट करा.  | 16 |
| 3. | अ) | मूल्य धोरणाचा अर्थ आणि महत्व स्पष्ट करा.                                      | 8  |
|    | ब) | मूल्य धोरणाची उद्दिष्टे स्पष्ट करा.   | 8  |
|    |    | <b>किंवा</b>  |    |
|    | क) | किंमत धोरणाचे प्रकार सांगून त्याला प्रभावित करणारे घटक सांगा.                 | 16 |
| 4. | अ) | चिन्ह म्हणजे काय चिन्हांकनाचे महत्व स्पष्ट करा.                               | 8  |
|    | ब) | बांधणी म्हणजे काय बांधणीची उद्दिष्टे स्पष्ट करा.                              | 8  |
|    |    | <b>किंवा</b>  |    |
|    | क) | चिन्हांकन आणि बांधणीचे महत्व व कार्य सविस्तरपणे स्पष्ट करा.                   | 16 |
| 5. | अ) | विपणनाचे महत्व.   | 4  |
|    | ब) | ग्राहक वर्तणुकीची वैशिष्ट्ये.   | 4  |
|    | क) | मूल्य निर्धारण.   | 4  |
|    | ड) | बांधणीचे कार्य.   | 4  |

\*\*\*\*\*

B.Com.- I CBCS Pattern Semester-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) | मंडी एवं विपणन की परिभाषा एवं संकल्पना स्पष्ट कीजिए?                           | 8  |
|    | ब) | भारत में विपणन की व्याप्ति या अवसर बतलाइये.                                    | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>  |    |
|    | क) | भारत में 'स्वतंत्रता पूर्व विपणन' तथा स्वतंत्रता के बाद विपणन' की चर्चा कीजिए. | 16 |
| 2. | अ) | ग्राहक आचरण का अर्थ बताकर, ग्राहक आचरण के महत्व स्पष्ट कीजिए.                  | 8  |
|    | ब) | उपभोक्ता आचरण के निर्धारक घटक बतलाइए.  | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>  |    |
|    | क) | ग्राहक मनोवृत्ति को प्रभावित करने वाले घटक विस्तार से स्पष्ट कीजिए.            | 16 |
| 3. | अ) | मूल्य नीति का आशय एवं महत्व स्पष्ट कीजिए.                                      | 8  |
|    | ब) | मूल्य नीति के उद्देश्य स्पष्ट कीजिए.   | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>  |    |
|    | क) | मूल्य नीति के प्रकार स्पष्ट करें तथा उसे प्रभावित करने वाले कारक बतलाइए.       | 16 |
| 4. | अ) | चिन्ह का आशय बताकर चिन्हों का महत्व स्पष्ट कीजिए.                              | 8  |
|    | ब) | संवेष्टन याने क्या है, और संवेष्टन के उद्देश्य स्पष्ट कीजिए.                   | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>  |    |
|    | क) | चिन्हांकन तथा संवेष्टन के महत्व एवं कार्य को विस्तार से स्पष्ट कीजिए.          | 16 |
| 5. | अ) | विपणन का महत्व.  | 4  |
|    | ब) | ग्राहक आचरण की विशेषताएं.  | 4  |
|    | क) | मूल्य नीति.  | 4  |
|    | ड) | संवेष्टन के कार्य.   | 4  |

\*\*\*\*\*

