

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

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/W/23/10642**

Max. Marks : 80

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

1. a) What list Marketing? Explain the function of Marketing. 8  
b) Discuss the Pre-Independence and Post-Independence Marketing in India. 8
- OR**
- c) Explain the Nature, scope and Importance of Marketing. 16
2. a) Explain the importance of Consumer Behavior. 8  
b) Explain the characteristics of Consumer Behavior. 8
- OR**
- c) Write the Personal, Social, Psychological and Cultural factors of Consumer Behaviors. 16
3. a) What is mean by pricing policy? Explain the types of price policies. 8  
b) Explain the objectives of price policies. 8
- OR**
- c) Explain the factors which influencing on pricing decision. 16
4. a) What is mean by branding? Explain the characteristics of branding. 8  
b) Explain the importance of packing. 8
- OR**
- c) What is mean by packing? Explain the functions and objectives of packing. 16
5. Write in short note:  
a) Nature of marketing. 4  
b) Factors affecting consumer behavior. 4  
c) Importance of price policies. 4  
d) Importance of branding. 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 सोडविणे आवश्यक आहे.  
2. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहे.

1. अ) विपणन म्हणजे काय? विपणनाचे कार्य स्पष्ट करा. 8  
ब) भारतातील स्वातंत्र्यपूर्व विपणन आणि स्वातंत्र्यनंतर विपणन यावर चर्चा करा. 8
- किंवा**
- क) विपणनाचे स्वरूप व्याप्ती आणि महत्व स्पष्ट करा. 16
2. अ) ग्राहक वर्तवणूकीचे महत्व स्पष्ट करा. 8  
ब) ग्राहक वर्तवणूकीचे वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- क) ग्राहकांच्या वर्तवणूकीचे वैयक्तिक, सामाजिक, मनोवैज्ञानिक आणि सांस्कृतिक घटक स्पष्ट करा. 16
3. अ) किंमत धोरण म्हणजे काय? किंमत धोरणाचे प्रकार स्पष्ट करा. 8  
ब) किंमत धोरणाचे उद्देश स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- क) मूल्य निर्णयावर परिणाम करणारे घटक सविस्तर स्पष्ट करा. 16
4. अ) चिन्हांकन म्हणजे काय? चिन्हांकनाचे वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 8  
ब) बांधनीचे महत्व स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- क) बांधनी म्हणजे काय? बांधनीचे कार्य व उद्देश स्पष्ट करा. 16
5. संक्षिप्त टिपण लिहा.  
अ) विपणनाचे स्वरूप. 4  
ब) उपभोक्ता वर्तवणूकीला प्रभावित करणारे घटक. 4  
क) कीमतीचे महत्व. 4  
ड) चिन्हांकणाचे महत्व. 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) विपणन से क्या अर्थबोध होता है। विपणन के कार्य स्पष्ट किजिये। 8  
ब) भारत में स्वातंत्र्यपूर्व विपणन एवं स्वातंत्र्योत्तर विपणन की चर्चा किजिये। 8

**अथवा**

- क) विपणन के स्वरूप व्यापकता एवं महत्व स्पष्ट किजिये। 16

2. अ) उपभोक्ता आचरण के महत्व स्पष्ट किजिये। 8  
ब) उपभोक्ता आचरण की विशेषताये स्पष्ट किजिये। 8

**अथवा**

- क) उपभोक्ता आचरण के वैयक्तिक, सामाजिक, मनोवैज्ञानिक, और सांस्कृतिक घटक लिखिए। 16

3. अ) मूल्यनिती से क्या अर्थबोध होता है? मूल्यनिती के प्रकार स्पष्ट किजिये। 8  
ब) मूल्यनिती के उद्देश स्पष्ट किजिये। 8

**अथवा**

- क) मूल्य निर्णयपर परिणाम करनेवाले कारक सविस्तर स्पष्ट किजिए। 16

4. अ) चिन्हांकन से क्या अर्थबोध होता है? चिन्हांकन कि विशेषताये स्पष्ट किजिए। 8  
ब) बांधनी के कार्य स्पष्ट किजिए। 8

**अथवा**

- क) बांधनीसे क्या अर्थबोध होता है। बांधनीके कार्य एवं उद्देश स्पष्ट किजिए। 16

5. संक्षेप्त में टिपण लिखिए।  
अ) विपणन के स्वरूप। 4  
ब) उपभोक्ता आचरण पर प्रभाव डालनेवाले कारक। 4  
क) कीमत के महत्व। 4  
ड) चिन्हांकन के महत्व। 4

\*\*\*\*\*

