

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

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/W/23/13680**

Max. Marks : 80

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

1. a) Explain the concept of marketing mix and the strategic marketing planning. **16**

**OR**

b) Explain the scope and importance of marketing.

2. a) State the various methods of measuring advertising effectiveness in modern business in India. **16**

**OR**

b) What is market segmentation, state the types of market segmentation.

3. a) Explain the new product development in details. **16**

**OR**

b) Explain the concept of product and discuss the various factors of product decision. **16**

4. a) State the meaning of pricing decision. Explain the importance and objectives off pricing decision. **16**

**OR**

b) What is pricing strategy? State the advantages of discount and Rebate. **16**

5. Write in short.

a) Scope of marketing. **4**

b) Customer Relationship. **4**

c) Packaging and Labeling. **4**

d) Discount and Rebate Act. **4**

\*\*\*\*\*

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

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) विपणन मिश्र संकल्पना आणि विपणन नियोजनाची व्यूहरचना स्पष्ट करा. 16
- किंवा
- ब) विपणनाची व्याप्ती आणि महत्व स्पष्ट करा.
2. अ) भारतातील आधुनिक व्यवसायात जाहिरातीच्या प्रभावशिल तर मापणाचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. 16
- किंवा
- ब) विपणन विभाजन म्हणजे काय? विपणी विभाजनाचे प्रकार सांगा.
3. अ) नवीन वस्तू विकासाची संकल्पना सविस्तर स्पष्ट करा. 16
- किंवा
- ब) वस्तू संकल्पना स्पष्ट करून वस्तू निर्णयाच्या विविध घटकाची चर्चा करा.
4. अ) किंमत निर्धारणाचा अर्थ सांगा. किंमत निर्धारणाचे महत्व व उद्देश स्पष्ट करा. 16
- किंवा
- ब) किंमत व्यूहरचना म्हणजे काय? सूट व सवलतीचे फायदे लिहा.
5. थोडक्यात उत्तरे लिहा.
- अ) विपणनाची व्याप्ती. 4
- ब) ग्राहक सहसंबंध 4
- क) संवेष्टन आणि चिन्हांकन 4
- ड) सूट व सवलत कायदा 4

\*\*\*\*\*

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

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

- सुचनाएँ :- 1. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।  
2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. अ) विपणन मिश्रण संकल्पना एवमं विपणन नियोजनकी व्युहरचना स्पष्ट किजिए। 16
- अथवा**
- ब) विपणनकी व्यापकता एवमं महत्व स्पष्ट किजिये।
2. अ) भारत के आधुनिक व्यवसायोमे विज्ञापन के प्रभावशिलताका मापन की विभिन्न दितीया विषद किजिए। 16
- अथवा**
- ब) विपणी विभाजन के तात्पर्य बताकर विपणी विभाजन के प्रकार विषद किजिए।
3. अ) नये उत्पाद विकासकी संकल्पना सविस्तर स्पष्ट किजिए। 16
- अथवा**
- ब) वस्तू संकल्पनाए स्पष्ट किजिये एवमं वस्तू निर्णय के घटक स्पष्ट किजिए।
4. अ) मुल्य निर्धारण का अर्थ बताईये। मुल्यनिर्धारण के महत्व एवं उद्देश स्पष्ट किजिए। 16
- अथवा**
- ब) 'मुल्य व्युहरचना स्पष्ट किजिये तथा छुट और सहूलत् के लाभ लिखिए।
5. संक्षेप में लिखिए।
- अ) विपणन की व्याप्ती। 4
- ब) ग्राहक सहसंबंध। 4
- क) संवेष्टन एवं चिन्हांकन। 4
- ड) छुट तथा सवलत कायदा। 4

\*\*\*\*\*

