



9. CRM is a tool of customer \_\_\_\_\_ .  
 a) satisfaction b) achievement  
 c) interaction d) knowledge
10. WTO stands for \_\_\_\_\_ .  
 a) ) World Trust Organization b) Wide Trade Organization  
 c) World Tariff Organization d) World Trade Organization
11. A marketing strategy is based on \_\_\_\_\_ customer behavior in a certain market.  
 a) strategic b) un-strategic  
 c) unexpected d) expected
12. A retailer is at the \_\_\_\_\_ of the distributive channel.  
 a) first b) middle  
 c) end d) none of these
13. CRM stands for \_\_\_\_\_ .  
 a) customer relationship management b) cost reduction management  
 c) customer rush management d) none of these

**Q. 2) Write Short Note (Any 3) (15)**

1. Need of studying Buyer's Behaviour.
2. Skills of Marketing Manager.
3. Challenges of Globalization.
4. Significance of CRM.
5. Essentials of Market Segmentation.

**Q. 3) Answer the following question in 150 words. (any 2) (20)**

1. Describe the characteristics of retail marketing.
2. Explain the need for International Marketing.
3. State the functions of marketing management.
4. State the various forms of organized and unorganized retailing.

**Q. 4) Answer the following question in 300 words. (any one) (15)**

1. Describe in detail business ethics and social responsibility of a Marketing manager.
2. State and explain the importance of International Marketing.
3. What is Market Segmentation? State the benefits and limitations of market segmentation. Describe the basis for good market segmentation.

-----  
**मराठी रूपांतर**

- सूचना :** १) सर्व प्रश्न अनिवार्य  
 २) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

**प्र. १ खालील प्रश्नांचे योग्य पर्याय निवडा. (कोणतेही १०) (१०)**

१. ----- खरेदीदार हे त्यांच्या व्यवसाय किंवा संघटनेच्या वतीने माल खरेदी करतात.  
 अ) व्यावसायिक ब) औद्योगिक  
 क) किरकोळ व्यापारी ड) घाऊक
२. दारोदारी जाऊन मालाची विक्री करणे हा ----- चा भाग आहे.  
 अ) थेट विक्री ब) थेट विपणन  
 क) औद्योगिक विपणन ड) यापैकी कोणतेच नाही

३. भारतीय महिलांची बदलती ओळख व कुटुंबाची रचना यामुळे ---- मागणी वाढत आहे.  
 अ) सोयीसाठी ब) पैशासाठी  
 क) सामर्थ्यासाठी ड) आरामासाठी
४. नैतिकता हे ----- चे शास्त्र आहे.  
 अ) सामाजिक ब) दावे  
 क) नीति ड) रोजगार
५. खरेदीदाराचे वर्तन म्हणजे, ----- त्यांच्या गरजा भागवण्यासाठी माल किंवा सेवा यांची निवड,  
 खरेदी, वापर आणि निकाल लावण्यासाठी केला गेलेला अभ्यास.  
 अ) व्यक्ति ब) ग्राहक  
 क) गट ड) खरेदीदार
६. किरकोळ विपणनाचे दोन पैलू म्हणजे ---- किरकोळ विक्री आणि दुकाना शिवाय किरकोळ  
 विक्री.  
 अ) गोदामातील ब) दुकानातील  
 क) प्रत्यक्ष/थेट ड) अप्रत्यक्ष
७. .... विपणनामध्ये विविध प्रकारच्या औद्योगिक वस्तू असतात.  
 अ) आर्थिक ब) सामाजिक  
 क) औद्योगिक ड) यापैकी कोणतेच नाही
८. खरेदीदाराची वर्तणूक ही त्याच्या --- वर्तणुकीशी संबंधित आहे.  
 अ) मानसशास्त्रीय ब) सामाजिक  
 क) शारीरिक ड) यापैकी कोणतेच नाही
९. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन हे ग्राहक ..... चे साधन आहे.  
 अ) समाधान ब) कामगिरी  
 क) संवाद/परस्पर क्रिया ड) ज्ञान
१०. डब्ल्यू.टी.ओ. (WTO) म्हणजे .....
- अ) जागतिक विश्वास संघटना ब) रूंद व्यापार संघटना  
 क) जागतिक भाडे संस्था ड) जागतिक व्यापार संघटना
११. विपणन धोरण विशिष्ट बाजारपेठेत ..... ग्राहक वर्तनांवर आधारित आहे.  
 अ) संघटित ब) असंघटित  
 क) अनपेक्षित ड) अपेक्षित
१२. किरकोळ विक्रेता वितरक चॅनलच्या ..... असतो.  
 अ) एक नंबरवर ब) मध्यात  
 क) शेवटी ड) यापैकी कोणतेच नाही
१३. सीआरएम म्हणजे ..... होय.  
 अ) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन ब) खर्च कमी व्यवस्थापन  
 क) ग्राहक गर्दी व्यवस्थापन ड) यापैकी कोणतेच नाही

**प्र. २ टीपा लिहा (कोणतेही ३)**

(१५)

१. खरेदीदाराची वर्तणूक जाणून घेण्याची आवश्यकता  
 २. विपणन व्यवस्थापकाच्या अंगी असलेले कौशल्य  
 ३. जागतिकीकरणाची आव्हाने  
 ४. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे महत्त्व  
 ५. बाजारपेठ विभाजनासाठी आवश्यक गोष्टी

प्र. ३ खालील प्रश्नांची १५० शब्दांत उत्तरे द्या (कोणतेही २) (२०)

१. किरकोळ विपणनाच्या वैशिष्ट्यांचे वर्णन करा.
२. आंतरराष्ट्रीय विपणनाची गरज विस्तारित करा.
३. विपणन व्यवस्थापनाची कार्ये स्पष्ट करा.
४. संघटित व असंघटित किरकोळ व्यापाराचे विविध प्रकार लिहा

प्र. ४ खालील प्रश्नांची ३०० शब्दांत उत्तरे द्या (कोणतेही १) (१५)

१. व्यवसायातील नीतिमत्ता आणि विपणन व्यवस्थापकाच्या सामाजिक जबाबदा-या सविस्तर स्पष्ट करा.
२. आंतरराष्ट्रीय विपणनाची गरज विस्तारित करा.
३. बाजारपेठ विभाजन म्हणजे काय? बाजारपेठेतील विभाजनाचे फायदे व मर्यादा लिहा. प्रभावी बाजारपेठ विभाजनाचा आधार स्पष्ट करा.

-----