

**TILAK MAHARASHTRA VIDYAPEETH, PUNE**  
**BACHELOR OF COMMERCE (B.COM.)**  
**EXAMINATION – DECEMBER 2022**  
**THIRD/SIXTH SEMESTER**

**Subject: Marketing Management - II (BCOM 19-308M / BCMM - 602)**

**Date: 26/12/2022**

**Total marks: 60**

**Time: 10.00 am to 12.30 pm**

**Instructions:** 1) Attempt all Questions  
 2) Figures to the right indicate full marks

**Q. 1) Answer the multiple Choice questions. (Any 10) (10)**

1. The \_\_\_\_\_ movement was started almost in the second half of the 20<sup>th</sup> century in India.
 

a) Consumer	b) Buyer
c) Supplier	d) Education
2. International Marketing plays an important role for any \_\_\_\_\_ country.
 

a) under- developing	b) big
c) growth	d) developing
3. AMA means \_\_\_\_\_ Marketing Association.
 

a) Analytical	b) African
c) American	d) Affirmative
4. Retailer is an intermediary between \_\_\_\_\_ and customer.
 

a) buyer	b) manufacturer
c) wholesaler	d) none of these
5. Consumer Behavior is related to \_\_\_\_\_ behavior.
 

a) psychological	b) social
c) physical	d) none of these
6. International marketing plays an important role for any \_\_\_\_\_ country.
 

a) under developed	b) developed
c) developing	d) none of these
7. MNC means \_\_\_\_\_ corporations.
 

a) management	b) multi-trade
c) marketing	d) multi-national
8. Firms face a number of \_\_\_\_\_ when globalization takes place.
 

a) challenges	b) problems
c) changes	d) None of these
9. \_\_\_\_\_ means customer can shop and order through internet and merchandise are dropped at doorstep.
 

a) vending machines	b) super market
c) general store	d) e-teller
10. Door to door selling is a part of \_\_\_\_\_.
 

a) direct selling	b) direct marketing
c) industrial marketing	d) none of these

11. According to Peter Drucker, \_\_\_\_\_ should produce customers and not consumers.
  - a) Buyer
  - b) Consumer
  - c) Seller
  - d) Customer
12. A marketing strategy is based on \_\_\_\_\_ customer behavior in a certain market.
  - a) strategic
  - b) un-strategic
  - c) unexpected
  - d) expected
13. CRM is a tool of customer \_\_\_\_\_.
  - a) satisfaction
  - b) achievement
  - c) interaction
  - d) knowledge

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

1. Customer Service.
2. Buyer Behaviour.
3. Significance of CRM.
4. Limitations of Market Segmentation.
5. Social Responsibility of Markets.

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

1. What are the steps involved in Market Segmentation?
2. State the various forms of organized and unorganized retailing.
3. Explain the need for International Marketing.
4. State the functions of marketing management.

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

1. What are the skills and qualities desired by Marketing Manager?
2. What is Industrial marketing? What are the characteristics of industrial goods. Elaborate the future of industrial marketing.
3. Explain the significance of CRM & state the difficulties involved in CRM.

-----

**मराठी रूपांतर**

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

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

१. ----- चळवळ ही भारतामध्ये विसाव्या शतकाच्या उत्तरार्धात घडली.
  - अ) उपभोक्ता/ग्राहक
  - ब) खरेदीदार
  - क) पुरवठादार
  - ड) शिक्षण
२. कोणत्याही ----- देशांसाठी आंतरराष्ट्रीय विपणन हे महत्वाची भूमिका पार पाडते.
  - अ) अविकसित
  - ब) विकसित
  - क) विकसनशील
  - ड) यापैकी कोणतेच नाही
३. ए. एम. ए. म्हणजे ----- मार्केटिंग असोसिएशन.
  - अ) अॅनालीटिकल
  - ब) अॅफ्रीकन
  - क) अमेरिकन
  - ड) अॅफरमेटिव
४. किरकोळ व्यापारी हा ----- आणि ग्राहक यांच्यातील मध्यस्थ आहे.
  - अ) खरेदीदार
  - ब) उत्पादक
  - क) घाऊक व्यापारी
  - ड) यापैकी कोणतेच नाही

५. खरेदीदाराची वर्तणूक ही त्याच्या --- वर्तणूकीशी संबंधित आहे.  
 अ) मानसशास्त्रीय ब) सामाजिक  
 क) शारीरिक ड) यापैकी कोणतेच नाही
६. कोणत्याही ---- देशांसाठी आंतरराष्ट्रीय विपणन हे महत्त्वाची भूमिका पार पाडते.  
 अ) अविकसित ब) विकसित  
 क) विकसनशील ड) यापैकी कोणतेच नाही
७. एम. एन. सी. (MNC) म्हणजे ----- कॉर्पोरेशन्स.  
 अ) मॅनेजमेंट ब) मल्टी-ट्रेड  
 क) मार्केटिंग ड) मल्टी-नॅशनल
८. जागतिकीकरण घडते तेव्हा कंपन्या अनेक ..... सामना करतात.  
 अ) आव्हानांचा ब) समस्यांचा  
 क) बदलांचा ड) यापैकी काहीही नाही
९. ----- म्हणजे ग्राहक इंटरनेट वरूनच ऑर्डर पाठवून माल खरेदी करू शकतात व खरेदी केलेला माल ग्राहकांस घरपोच मिळतो.  
 अ) विक्री यंत्र ब) सुपर मार्केट  
 क) किरकोळ वस्तु भांडार ड) ई-टेलर
१०. दारोदारी जाऊन मालाची विक्री करणे हा ---- चा भाग आहे.  
 अ) थेट विक्री ब) थेट विपणन  
 क) औद्योगिक विपणन ड) यापैकी कोणतेच नाही
११. पीटर ड्रुकर यांने म्हटले आहे----- उपभोगकर्त्याची नव्हे तर ग्राहकाची निर्मीती केली पाहिजे.  
 अ) खरेदीदाराने ब) उपभोगकर्त्याने  
 क) विक्रेत्याने ड) ग्राहकाने
१२. विपणन धोरण विशिष्ठ बाजारपेठेत ..... ग्राहक वर्तनांवर आधारित आहे.  
 अ) संघटित ब) असंघटित  
 क) अनपेक्षित ड) अपेक्षित
१३. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन हे ग्राहक ..... चे साधन आहे.  
 अ) समाधान ब) कामगिरी  
 क) संवाद/परस्पर क्रिया ड) ज्ञान

**प्र. २ टीपा लिहा (कोणतेही ३)**

(१५)

१. ग्राहक सेवा
२. खरेदीदाराची वर्तणूक
३. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे महत्त्व
४. बाजारपेठ विभाजनाच्या मर्यादा
५. बाजारपेठांची सामाजिक जबाबदारी

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

(२०)

१. बाजारपेठांच्या विभाजनातील टप्पे स्पष्ट करा.
२. संघटित व असंघटित किरकोळ व्यापाराचे विविध प्रकार लिहा.
३. आंतरराष्ट्रीय विपणनाची गरज विस्तारित करा.
४. विपणन व्यवस्थापनाची कार्ये स्पष्ट करा.

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

(१५)

१. विपणन व्यवस्थापकासाठी लागणारे कौशल्य व गुणधर्म स्पष्ट करा.
२. औद्योगिक विपणन म्हणजे काय? औद्योगिक विपणनाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. औद्योगिक विपणनाचे भवितव्य विस्तृत करा.
३. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे महत्त्व स्पष्ट करा. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनामध्ये येणा-या अडचणी विस्तृत करा.

-----