TILAK MAHARASHTRA VIDYAPEETH, PUNE

BACHELOR OF COMMERCE (B.COM.)

EXAMINATION: - MAY 2023 SIXTH SEMESTER

Subject: Marketing Management -II (BCOM19- 308M)

Date: 24/5/2023		Total marks: 100		Time:10.00 am to 1.00 pm		
	Instructions:	1) Attempt all Question 2) Figures to the right i				
Q.1. A.	Answer the multiple Choice questions. (Any 10)					
1.	The movement was stared almost in the second half of the 20 th century in					
	India					
	a) Consumer		b) Buyer			
	c) Supplier		d) Education			
2.						
	a) under- deve	loping	b) big			
	c) growth		d) developing			
3.	Customers need to be provided with correctat the right time and at the					
	right price		4.5			
	a) Product		b) Promotion			
4	c) Price		d) Distribution	n		
4.		naintaining customer	is a costly, time	e consuming and laborious		
	activity.		1.)			
	a) relationship		b) managemen			
_	c) database	N (D)	d) responsibil	•		
5.		'eter Drucker,		stomers and not consumers.		
	a) Buyer		b) Consumer			
6	c) Seller	keting often involves	d) Customer tendering			
0.	a) competitive		b) change			
	c) structural		d) mix			
7.		ts of retails marketing are		g and Non-store Retailing		
7.	a) Warehouse	is of retails marketing are	b) Store	g and ivon-store retaining		
	c) Direct		d) Indirect			
8		of customer	,			
0.	a) satisfaction		b) achievemen	nt		
	c) interaction		d) knowledge			
9.		Marketing A	,			
	a) Analytical		b) African			
	c) American		d) Affirmativ	re		
10.		identity of Indian women	,			
	The changing identity of Indian women & the structure of the family is driving demand for a) convenience b) money					
	a) convenience	— :	b) money			
	c) power		d) rest			
11.	, 1					
		rnational trade.				
	a) understand		b) help			
	c) supervise		d) organizes			
12.	Ethics is a scie	ence of				
	a) social	•	b) claims			
	c) morality		d) employmen	nt		

13.	and dispose of goods and services, in satisfaction of their needs and wants.							
	a) individual	b) customer						
	c) group	d) Buyer						
Q.1. B. 1.	Answer in one Sentence (Any 5) Write the definition of Marketing Management.							
2.	What do you mean by Consumerism?							
3.	Define Retailing?							
4.	Write the full form of CCC?							
5.	Write the definition of Globalization.							
6.	What do you mean by industrial marketing?							
7.	Write the definition of Market Segmentation.							
Q. 2) 1. 2. 3. 4.	Write Short Note (Any 4) Significance of CRM. Challenges of Globalization Social Responsibility of Markets International Marketing							
5. 6.	Skills of marketing m Types of retailers by							
Q. 3) 1 2 3 4 5	Answer the following question in 150 words. (any 3) State the difficulties related to CRM. What do you mean by Buyer behaviour? Explain the need to study buyer's behaviour. Describe the social responsibilities of Marketing Manager. What are the steps involved in Market Segmentation? State the functions of marketing management.							
2 3	Answer the following question in 300 words. (any 2) What is Market Segmentation? State the benefits and limitations of market segmentation. Describe the basis for good market segmentation. Describe in detail business ethics and social responsibility of a Marketing manager. What are the recent trends in international marketing? Explain the need for International Marketing.							
		कडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.						
प्र. १. अ	खालील प्रश्नांचे योग्य पर्याय निवडा. (कोणतेही १०) १ चळवळ ही भारतामध्ये विसाव्या शतकाच्या उत्तरार्धात घडली.							
	अ) उपभोक्ता/ग्राहव	_						
	क) पुरवठादार	ड) शिक्षण						
	२ देशांमध्ये अंतराष्ट्रीय विपणनाची महत्त्वाची भूमिका असते.							
	अ) पूर्ण विकास न	`						
	क) प्रगत	ड) विकसनशील						
	३. ग्राहकांना योग्य योग्य वेळी व योग्य किंमतीला उपलब्ध करुन देणे गरजेचे असते.							
	अ) उत्पादन	ब) जाहिरात						
	क) किंमत	ड) वितरण						

٥.	ग्राहकाचा तयार करण व रा	खिण हो खाचक, वळ काढू व पारश्रमपूवक क्रिया आहे.			
	अ) संबंध	ब) व्यवस्थापन			
	क) डेटाबेस	ड) जवाबदारी			
५.	पीटर ड्रकर यांने म्हटले आहे	उपभोगकर्त्याची नव्हे तर ग्राहकाची निर्मीती केली पाहिजे.			
	अ) खरेदीदाराने	ब) उपभोगकत्याने			
	क) विक्रेत्याने	ड) ग्राहकाने			
ξ.	औद्योगिक विपणनाचा संबंध	- निविदे बरोबर असतो.			
	अ) स्पर्धात्मक	ब) परिवर्तन			
	क) रचनात्मक	ड) मिश्र			
७.	किरकोळ विपणनाचे दोन पैलू म्हणजे किरकोळ विक्री आणि दुकाना शिवाय किरकोळ विक्री.				
	अ) गोदामातील	ब) दुकानातील			
	क) प्रत्यक्ष/थेट	ड) अप्रत्यक्ष			
۷.	ग्राहक संबंध व्यवस्थापन (CRM) हे	ग्राहक चे साधन आहे.			
	अ) समाधान	ब) कामगिरी			
	क) संवाद/परस्पर क्रिया	ड) ज्ञान			
۶.	ए. एम. ए. म्हणजे मार्केटिंग असोसिएशन.				
	अ) ॲनालीटीकल	ब) ॲफ्रीकन			
	क) अमेरिकन	ड) ॲफरमेटीव			
१०.	भारतीय महिलांची बदलती ओळख व कुटुंबाची रचना यामुळे मागणी वाढत आहे.				
	अ) सोयीसाठी	ब) पैशासाठी			
	क) सामर्थ्यासाठी	ड) आरामासाठी			
११.	जागतिक व्यापारी संघटनेचे उद्देशय हे अंतरराष्ट्रीय व्यापाराचे व उदारीकरण करण्याचे आहे.				
	अ) समजून घेणे	ब) मदत करणे			
	क) पर्यवेक्षण करणे	ड) आयोजित करणे			
१२.	नैतिकता हे चे शास्त्र आहे.				
• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •	अ) सामाजिक	ब) दावे			
	क) नीति	ड) रोजगार			
१ 3.	,	्रयांच्या गरजा भागवण्यासाठी माल किंवा सेवा यांची			
, , ,	निवड, खरेदी, वापर आणि निकाल लावण्यासाठी केला गेलेला अभ्यास.				
	अ) व्यक्ति	ब) ग्राहक			
	क) गट	ड) खरेदीदार			
	,	, , ,			
प्र. १. ब	एका वाक्यात उत्तरे लिहा. (कोणतेही	५)	(१०)		
۶.	विपणन व्यवस्थापनाची व्याख्या लिहा	ſ .			
٦.	ग्राहक चळवळ म्हणजे काय?				
₹.	किरकोळ व्यापार म्हणजे काय?				
٧.	पूर्ण रूप लिहा - CCC.				
ч.	जागतिकीकरण व्याख्या लिहा.				
ξ.	औदयोगिक विपणन म्हणजे काय?				
6 .	बाजारपेठ विभाजन व्याख्या लिहा.				
प्र. २)	टीपा लिहा. (कोणतेही ४)		(२०)		
•	ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे महत्त्व		(\ - /		
	जागतीकिकरणाची आव्हाने				

- ३. बाजारपेठांची सामाजिक जवाबदारी
- ४. आंतरराष्ट्रीय विपणन
- ५. विपणन व्यवस्थापकाच्या अंगी असलेले कौशल्य
- ६. विपणन व्युहरचनेतील किरकोळ विक्रेत्यांचे प्रकार

प्र. ३) खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नाचे उत्तर १५० शब्दांत लिहा. (कोणतेही ३) (३०)

- १. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनातील अडचणी स्पष्ट करा.
- २. खरेदीदाराची वर्तणूक म्हणजे काय? खरेदीदाराच्या वर्तणूकीचा अभ्यास करणे महत्त्वाचे का असते?
- ३. विपणन व्यवस्थापकाच्या सामाजिक जबाबदाऱ्या स्पष्ट करा.
- ४. बाजारपेठांच्या विभाजनातील टप्पे स्पष्ट करा.
- ५. वपणन व्यवस्थापनाची कार्ये स्पष्ट करा.

प्र. ४) खालीलपैकी कोणत्याही एका प्रश्नाचे उत्तरे ३०० शब्दांत लिहा. (कोणतेही २) (३०)

- बाजारपेठ विभाजन म्हणजे काय? बाजारपेठेतील विभाजनाचे फायदे व मर्यादा लिहा. प्रभावी बाजारपेठ विभाजनाचा आधार स्पष्ट करा.
- २. विपणन व्यवस्थापनातील नीतिमत्ता आणि विपणन व्यवस्थापकाच्या सामाजिक जवाबदाऱ्या स्पष्ट करा.
- ३. आंतरराष्ट्रीय विपणनातील अलीकडील ट्रेंड काय आहेत?
- ४. आंतराष्ट्रीय विपणनाची गरज विस्तारित करा.
