

3. Explain the need for International Marketing.

मराठी रूपांतर

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

- प्र. १ खालील प्रश्नांचे योग्य पर्याय निवडा. (कोणतेही १०) (१०)
१. ग्राहकांचा ----- तयार करणे व राखणे ही खर्चिक, वेळ काढू व परिश्रमपूर्वक क्रिया आहे.
अ) संबंध ब) व्यवस्थापन
क) डेटाबेस ड) जवाबदारी
 २. जागतिक व्यापारी संघटनेचे उद्देश्य हे अंतरराष्ट्रीय व्यापाराचे ----- व उदारीकरण करण्याचे आहे.
अ) समजून घेणे ब) मदत करणे
क) पर्यवेक्षण करणे ड) आयोजित करणे
 ३. भारतीय महिलांची बदलती ओळख व कुटुंबाची रचना यामुळे ----- मागणी वाढत आहे.
अ) सोयीसाठी ब) पैशासाठी
क) सामर्थ्यासाठी ड) आरामासाठी
 ४. ग्राहकांना योग्य ----- योग्य वेळी व योग्य किंमतीला उपलब्ध करून देणे गरजेचे असते.
अ) उत्पादन ब) जाहिरात
क) किंमत ड) वितरण
 ५. पीटर ड्रकर यांने म्हटले आहे----- उपभोगकर्त्यांची नव्हे तर ग्राहकाची निर्माती केली पाहिजे.
अ) खरेदीदाराने ब) उपभोगकर्त्याने
क) विक्रेत्याने ड) ग्राहकाने
 ६. नैतिकता हे ----- चे शास्त्र आहे.
अ) सामाजिक ब) दावे
क) नीति ड) रोजगार
 ७. ए. एम. ए. म्हणजे ----- मार्केटिंग असोसिएशन.
अ) अॅनालीटीकल ब) अॅफ्रीकन
क) अमेरिकन ड) अॅफरमेटिव
 ८. ----- देशांमध्ये अंतरराष्ट्रीय विपणनाची महत्त्वाची भूमिका असते.
अ) पूर्ण विकास न झालेल्या ब) मोठ्या
क) प्रगत ड) विकसनशील
 ९. औद्योगिक विपणनाचा संबंध ----- निविदे बरोबर असतो.
अ) स्पर्धात्मक ब) परिवर्तन
क) रचनात्मक ड) मिश्र
 १०. 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 |
११. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन (CRM) हे ग्राहक ----- चे साधन आहे.
- | | |
|------------------------|------------|
| अ) समाधान | ब) कामगिरी |
| क) संवाद/परस्पर क्रिया | ड) ज्ञान |
१२. ----- चळवळ ही भारतामध्ये विसाव्या शतकाच्या उत्तरार्धात घडली.
- | | |
|--------------------|-------------|
| अ) उपभोक्ता/ग्राहक | ब) खरेदीदार |
| क) पुरवठादार | ड) शिक्षण |
१३. किरकोळ विपणनाचे दोन पैलू म्हणजे ----- किरकोळ विक्री आणि दुकाना शिवाय किरकोळ विक्री.
- | | |
|------------------|---------------|
| अ) गोदामातील | ब) दुकानातील |
| क) प्रत्यक्ष/थेट | ड) अप्रत्यक्ष |

प्र. २) टीपा लिहा. (कोणतेही ३)

(१५)

१. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे महत्त्व
२. विपणन व्युहचनेतील किरकोळ विक्रेत्यांचे प्रकार
३. जागतीकिकरणाची आव्हाने
४. ग्राहक सेवा
५. बाजारपेठांची सामाजिक जबाबदारी

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

(२०)

१. खरेदीदाराची वर्तणूक म्हणजे काय? खरेदीदाराच्या वर्तणूकीचा अभ्यास करणे महत्त्वाचे का असते?
२. विपणन व्यवस्थापकाच्या सामाजिक जबाबदा-या स्पष्ट करा.
३. संघटित व असंघटित किरकोळ व्यापाराचे प्रकार लिहा.
४. बाजारपेठांच्या विभाजनातील टप्पे स्पष्ट करा.

प्र. ४) खालीलपैकी कोणत्याही एका प्रश्नाचे उत्तरे ३०० शब्दांत लिहा.

(१५)

१. विपणन व्यवस्थापन म्हणजे काय?
२. विपणन व्यवस्थापनातील नीतिमत्ता आणि विपणन व्यवस्थापकाच्या सामाजिक जबाबदा-या स्पष्ट करा.
३. आंतरराष्ट्रीय विपणनाची गरज विस्तारित करा.
