

Duration: 2 Hrs.

Marks: 60

NOTE: 1) All Questions are Compulsory.

2) Figures to the right indicate full marks.

Q 1. a. Describe the role of Marketing Strategies. (15)

b. Explain the steps in the formulation of marketing strategies.

OR

c. What are the essentials of Effective Marketing Plan? (15)

d. Explain in detail 'New Brand Marketing Strategies'.

Q 2. a. Enumerate the importance of Marketing Mix. (15)

b. Explain the types of marketing plans.

OR

c. Describe in detail SWOT Analysis. (15)

d. Discuss the importance of defensive marketing strategies.

Q3. a. Discuss the elements of macro environment analysis. (15)

b. Explain briefly PESTLE Analysis.

OR

c. Discuss the techniques of Customer Relationship Management. (15)

d. What are the importance of Customer Loyalty?

Q 4. A. Fill in the blanks with the correct option from the brackets. (05)

1. When product performance exceeds customer expectation, then customer is \_\_\_\_\_

a) Sad b) Dissatisfied c) Delight d) Confused

2. \_\_\_\_\_ marketing is an unconventional way to advertise a product or service.

a) Guerrilla b) Service c) Green d) Digital

3. The communication mix includes \_\_\_\_\_ to maintain awareness in the minds of the customer.

a) Publicity b) Branding c) Pricing d) Distribution

4. In case of VRIO Analysis, 'V' stands for \_\_\_\_\_

a) Variation b) Vulnerable c) Valuable d) Valid

5. Telemarketing is a form of \_\_\_\_\_ marketing

a) Social b) Digital c) Event d) Ambush

**Q 4.B. State whether following statements are True or False.**

**(05)**

1. Relationship concept of marketing was evolved after 1990.
2. The major area of place mix is the advertising.
3. The purpose of offensive strategy is to capture market share from existing firms.
4. The customer perceived value is based on only tangible attribute.
5. Internet marketing provides convenience in shopping to the customer.

**Q 4. C. Match the following Columns.**

**(05)**

**Column 'A'**

1. Holistic Concept
2. SBU
3. Economic Factor
4. BOT Concept
5. Viral marketing

**Column 'B'**

- a. PESTEL Analysis
- b. Turnkey Operations
- c. Multi product business
- d. Hotmail
- e. Involving relationship marketing

**OR**

**Q.4. Write short notes on any THREE from the following.**

**(15)**

- (1) Global Marketing Strategies
  - (2) Benefits of E-Marketing
  - (3) Features of Experiential Marketing
  - (4) Hospitality Marketing Management
  - (5) Trends in Marketing Practices in India
-



मराठी रुपांतर

वेळ 2 तास

गुण 60

टिपा-1 सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

2 उजवीकडील अंक संपूर्ण गुण दर्शवितात

3 इंग्रजी प्रश्न मूळ मानावेत

प्र. 1 अ. विपणन व्यूहरचनांच्या महत्वाचे वर्णन करा.

15

ब. विपणन व्यूहरचना निर्माण प्रक्रियेतील पाय-या स्पष्ट करा.

किंवा

क. परिणामकारक विपणन नियोजनाच्या गरजा कोणत्या आहेत ?

ड. 'नविन ब्रॅंड विपणन व्यूहरचना' सविस्तर स्पष्ट करा.

प्र. 2 अ. विपणन मिश्रणाच्या महत्वाचे स्पष्टीकरण द्या.

15

ब. विपणन नियोजनाचे प्रकार स्पष्ट करा.

किंवा

क. स्वॉट विश्लेषणाचे सखोल वर्णन करा.

ड. बचावात्मक विपणन व्यूहरचनांच्या महत्वावर चर्चा करा.

प्र. 3 अ. समग्र पर्यावरण विश्लेषणाच्या घटकांवर चर्चा करा.

15

ब. पेस्टल विश्लेषण थोडक्यात स्पष्ट करा.

किंवा

क. ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाच्या तंत्रांवर चर्चा करा.

ड. ग्राहक निष्ठेचे महत्व काय आहे ?

प्र. 4 अ. योग्य पर्यायासह रिक्त जागा भरा.

5

1. जेव्हा वस्तुची कामगिरी ही ग्राहक अपेक्षांपेक्षा जास्त असते, तेव्हा ग्राहक ——— असतो.

अ) दुःखी ब) असमाधानी क) आनंदीत ड) गोंधळात

2. ——— विपणन हे वस्तू व सेवा यांची जाहिरात करण्याची अपारंपारिक मार्ग आहे.

अ) गोरिल्ला ब) सेवा क) हरित ड) डिजीटल

3. ग्राहकांच्या मनात जागरूकता निर्माण करण्यासाठी, संप्रेषण मिश्रण ——— अंतर्भूत करतो.

अ) प्रसिध्दी ब) बोधनामांकन क) किंमत ड) वितरण

4. VRIO विश्लेषणामध्ये, 'V' म्हणजे —

अ) व्हेरिएशन ब) वल्लरेबल क) व्हॅल्यूएबल ड) व्हॅलिड

5. दूरध्वनी विपणन हे ——— विपणनाचा प्रकार आहे.

अ) सामाजिक ब) डिजीटल क) कार्यक्रम ड) अचानक हल्ला

प्र. 4 ब). खालील विधाने खरे किवा खोटे आहेत ते सांगा.

5

1. विपणनाची संबंध संकल्पना 1990 नंतर उदयास आली.
2. ठिकाण मिश्रणाचा प्रमुख क्षेत्र जाहिरात आहे.
3. आक्षेपार्ह व्यूहरचनेची उद्दिष्ट हे सद्य व्यवसायातील भाग हस्तगत करणे आहे.
4. ग्राहक समजूत मुल्य हे फक्त स्पर्शित गुणधर्मावर अवलंबून असते.
5. इंटरनेट विपणन हे ग्राहकास खरेदी करण्यास सुविधा उपलब्ध करून देते.

प्र. 4 क). जोड्या जुळवा

5

स्तंभ-अ

1. समग्र संकल्पना
2. एस बी यू
3. आर्थिक घटक
4. बी ओ टी संकल्पना
5. प्रसिद्ध विपणन

स्तंभ-ब

- अ. पेस्टल विश्लेषण
- ब. मोठ्या प्रमाणावरील प्रक्रिया
- क. बहुगुणित व्यापार
- ड. होटमेल
- न. संबंध विपणन समावेश

किंवा

प्र. 4 संक्षिप्त टिपा लिहा (कोणत्याही तीन)

15

1. जागतिक विपणन व्यूहरचना
2. ई-विपणनाचे फायदे
3. अनुभवात्मक विपणनाचे वैशिष्ट्ये
4. आतिथ्य विपणन व्यवस्थापन
5. भारतातील विपणन सरावातील कल