

Total No. of Questions : 8]

SEAT No. :

P2856

[Total No. of Pages : 6

[5801]-114

F.Y. B.Com. (Semester - I)

FUNDAMENTALS OF MARKETING

116(C) : Marketing And Salesmanship - I

(CBCS) (2019 Pattern)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

Instructions to the candidates:

- 1) Question No. 1 and 8 are compulsory.
- 2) Attempt any 3 questions from Que. No. 2 to Que. No.7.
- 3) Figures to the right indicate full marks.

Q1) A) Fill in the blanks (any Seven) [7]

- i) Those goods are easily identifiable by quality are known as _____ goods.
(General, Specific, Consumable)
- ii) A market is a place where _____ comes together to exchange their goods and services.
(Sellers and customers, Customers and customers, Sellers and manufactures)
- iii) Providing a higher standard of living to the society is called _____.
(Production, Employment, Marketing)
- iv) The _____ division takes into consideration the international, national, divisional, regional and geographical structure.
(Geographical, Demographics, Social)
- v) Product, price, place and promotion are the four p_s of _____.
(Price-mix, Marketing-mix, Product-mix)
- vi) Personality is considered in the classification according to _____.
(Population, Standard of living, Society)

P.T.O.

- vii) _____ is a sensitive element of the pricing factor.
(Manufacturer, Retailer, Customer)
- viii) The stages of product life becomes the _____ of the product.
(Product life cycle, Manufacturing life cycle, Marketing life cycle)
- ix) A decision or action taken to increase sales/turnover is called _____.
(Product promotion, Increase in price, Sales promotion)

B) True or False (Any seven)

[7]

- i) There is telemarketing to protect the environment.
- ii) The consumer market depends upon the proportion of population.
- iii) Indian market is the consumers market.
- iv) Market segmentation is the division of the total market into different groups on the basis of specific characteristics.
- v) The bases of market segmentation are highly rigid.
- vi) There is no need to survey and test of potential markets in the process of market segmentation.
- vii) Line of goods are group of goods or objects that are related to each other for various reasons.
- viii) The success of an organisation in the market is mainly related to the value of its product.
- ix) Sales promotion is an attempt/efforts made to increase sales.

Q2) What is Marketing? Explain the importance of marketing.

[14]

Q3) State the importance of transport and explain the types of transport.

[14]

Q4) What is Market segmentation? Explain the bases of market segmentation.

Q5) What is marketing mix? Explain the elements of marketing-mix. **[14]**

Q6) What is Price-mix? Explain the factors affecting price-mix. **[14]**

Q7) State the importance of sales promotion and explain the elements of sales promotion. **[14]**

Q8) Write Notes (Any Two) **[14]**

- a) Types of warehouses.
- b) Importance of Marketing-mix
- c) Key elements of product management.
- d) Types of distribution channels.

○○○○

[5801]-114

F.Y. B.Com. (Semester - I)

FUNDAMENTALS OF MARKETING

116(C) : Marketing And Salesmanship - I

(CBCS) (2019 Pattern)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 3 तास]

[एकूण गुण : 70

- सूचना :- 1) प्रश्न क्रं. 1 आणि प्रश्न क्रं. 8 सोडविणे अनिवार्य आहे.
2) प्रश्न क्रं. 2 ते प्रश्न क्रं. 7 पैकी कोणतेही 3 प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.
3) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.
4) संदर्भासाठी मूळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका पहावी.

प्रश्न 1) अ) रिकाम्या जागा भरा. (कोणतेही सात)

[7]

- i) गुणवैशिष्ट्यांनी सहज ओळखता येणाऱ्या वस्तूंना प्रकारच्या वस्तू असे म्हणतात.
(सर्वसाधारण, विशिष्ट, ग्राहकोपयोगी)
- ii) बाजारपेठ म्हणजे अशी जागा की, ज्याठिकाणी वस्तू किंवा सेवेच्या विनिमयासाठी एकत्रित येतात.
(विक्रेते व ग्राहक, ग्राहक व ग्राहक, विक्रेते आणि उत्पादक)
- iii) समाजाला उच्च जीवनमान प्रदान करणे म्हणजे होय.
(उत्पादन, रोजगार, विपणन)
- iv) विभागणी करताना आंतरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय, विभागिय प्रादेशिक व भौगोलिक रचनेचा विचार केला जातो.
(भौगोलिक, लोकसंख्येविषयक, सामाजिक)
- v) उत्पादन, किंमत, वितरण मार्ग आणि विक्रयवृद्धी हे चे चार p_s आहेत.
(किंमतमिश्र, विपणनमिश्र, उत्पादनमिश्र)

- vi) विभागणीत व्यक्तिमत्वाचा विचार केला जातो.
(लोकसंख्यानुसार, राहणीमानानुसार, समाजानुसार)
- vii) हा किंमत घटकातील संवेदनशील घटक आहे.
(उत्पादक, किरकोळ व्यापारी, ग्राहक)
- viii) वस्तूच्या जीवनातील अवस्था मिळून वस्तूचे बनते.
(जीवनचक्र, उत्पादनचक्र, विक्रयचक्र)
- ix) विक्रीवाढ होण्यासाठी घेतलेला निर्णय किंवा केलेली कृती म्हणजे होय.
(उत्पादनवृद्धी, किंमतवृद्धी, विक्रयवृद्धी)
- ब) चूक की बरोबर ते लिहा (कोणतेही सात) [7]
- i) पर्यावरणाचे रक्षण करण्यासाठी टेली मार्केटिंग असते.
- ii) ग्राहक बाजारपेठ लोकसंख्येच्या प्रमाणावर अवलंबून असते.
- iii) भारताची बाजारपेठ ही ग्राहक बाजारपेठ आहे.
- iv) बाजारपेठ विभागणी म्हणजे विशिष्ट आधार समोर ठेवून एकूण बाजारपेठेचे विविध गटात विभाजन करणे होय.
- v) बाजारपेठ विभागणीचे आधार हे ताठर असतात.
- vi) बाजारपेठ विभागणी प्रक्रियेमध्ये संभाव्य-बाजारपेठेचे सर्वेक्षण व चाचणी करण्याची गरज नसते.
- vii) वस्तूरेषा म्हणजे विभिन्न कारणांमूळे परस्परांशी निगडीत असलेल्या वस्तूंचा समूह होय.
- viii) बाजारपेठेतील संस्थेचे यश हे मुख्यतः तिच्या उत्पादनाच्या किंमतीशी निगडीत असते.
- ix) विक्रयवृद्धी म्हणजे विक्रीत वाढ घडवून आणण्यासाठी करण्यात आलेला प्रयत्न होय.

प्रश्न 2) विपणन म्हणजे काय? विपणनाचे महत्व स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 3) वाहतुकीचे महत्व सांगून वाहतुकीचे प्रकार स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 4) बाजारपेठ विभागणी म्हणजे काय? बाजारपेठ विभागणीचे आधार स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 5) विपणन मिश्र म्हणजे काय? विपणन मिश्रचे घटक स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 6) किंमत मिश्र म्हणजे काय? किंमत मिश्रवर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 7) विक्रयवृद्धीचे महत्व सांगून विक्रयवृद्धीचे घटक स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 8) टीपा लिहा. (कोणत्याही दोन) [14]

- i) गूदामाचे प्रकार
- ii) विपणन मिश्रचे महत्व
- iii) उत्पादन व्यवस्थापनातील प्रमुख घटक
- iv) वितरणाचे प्रकार

