

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

PD937

[Total No. of Pages : 4

[6439]-213

T.Y. B.Com.

355 (H) : MARKETING MANAGEMENT - II

(2019 Pattern) (Semester - V)

Time : 2½ Hours]

[Max. Marks : 50

Instructions to the candidates :

- 1) All questions are compulsory.*
- 2) Figures to the right indicate full marks.*

Q1) A) Fill in the blanks with the most appropriate alternative (Any five) : [5]

- i) _____ is the organization focuses on personal or online programs to Promote non-profit organization.

(Social Media Marketing, Event Marketing, Email Marketing)

- ii) A formal plan used by a business to create a specific image of itself in the minds of current and potential customers is _____.

(Sign Strategy, Sign Development, Sign Plan)

- iii) _____ this process is the basic basis for estimating the sales revenue for a particular period, mainly monthly, quarterly, half-yearly or yearly.

(Sales Forecasting, Market Demand, Marketing)

- iv) _____ means the information stored by the customer about the product or service in their memory.

(cognitive dissonance, product research, product rehabilitation)

- v) When companies combine an existing mark with a new mark, the mark is called _____.

(Original symbol, symbol extension, supplementary symbol)

- vi) _____ this organization is the process of measuring the value and authenticity of a product or service.

(price, mark, reputation)

P.T.O.

B) Match the correct pairs. [5]

Column A	Column B
i) Sales forecasting method	a) Primary step of strategy formulation
ii) Allocation of tasks to other employees	b) Very large market
iii) Will backed by economic power	c) Departmentalization
iv) Marketing organization on geographical basis	d) Ratio Analysis
v) Symbol Development	e) Demand

Q2) Write short notes (Any two) [10]

- a) Changing role of the marketer
- b) Major problems of Non-Professional Organization
- c) Importance of creating a brand strategy
- d) Use of sales forecasting

Q3) a) What is sales budget? Explain the important elements of sales budget. [8]

b) Explain the characteristics of the concept of symbol construction strategy. [7]

Q4) a) State the factors affecting modern marketing organization. [8]

b) Explain the structure of marketing organization. [7]



Total No. of Questions : 4]

PD937

[6439]-213

T.Y. B.Com.

355 (H) : MARKETING MANAGEMENT - II

(2019 Pattern) (Semester - V)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 2½ तास/

[एकूण गुण : 50]

- सूचना :- 1) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे.
2) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र.1) अ) योग्य पर्याय निवडून रिक्त जागा भरा. (कोणत्याही पाच) [5]

- i) हे नॉन प्रॉफिट संघटनेस प्रोत्साहन देण्यासाठी वैयक्तिकरित्या किंवा ऑनलाईन कार्यक्रमांवर लक्ष केंद्रित करते.
(सोशल मीडिया मार्केटिंग, इव्हेंट मार्केटिंग, ई-मेल मार्केटिंग)
- ii) वर्तमान आणि संभाव्य ग्राहकांच्या मनात स्वतःची विशिष्ट प्रतिमा तयार करण्यासाठी व्यवसायाद्वारे वापरलेली औपचारिक योजना म्हणजे होय.
(चिन्ह व्यूहरचना, चिन्ह विकास, चिन्ह योजना)
- iii) ही प्रक्रिया एखाद्या विशिष्ट कालावधीसाठी, प्रामुख्याने मासिक, त्रैमासिक, अर्धवार्षिक किंवा वार्षिक स्वरूपाच्या विक्री उत्पन्नाचा अंदाज लावण्याची मूल आधार आहे.
(विक्री अंदाज, बाजार मागणी, विपणन)
- iv) म्हणजे ग्राहकाने उत्पादन किंवा सेवेबद्दल त्यांच्या स्मृतीमध्ये संग्रहित केलेली माहिती होय.
(संज्ञानात्मक विसंगती, उत्पादन संशोधन, उत्पादन पुनर्वसन)
- v) जेव्हा कंपनी बाहेर पडणाऱ्या चिन्हाला नवीन चिन्हासह एकत्र करतात तेव्हा त्या चिन्हाला म्हणतात.
(मूल चिन्ह, चिन्ह विस्तार, पूरक चिन्ह)
- vi) ही संस्था उत्पादन किंवा सेवेचे मूल्य आणि सत्यता मोजण्याची प्रक्रिया आहे.
(किंमत, चिन्ह, नावलौकिक)

ब) योग्य जोड्या जुळवा.

[5]

रकाना 'अ'

रकाना 'ब'

- | | |
|---|-------------------------------|
| i) विक्री अंदाज पद्धत | अ) व्यूहरचनेची प्राथमिक पायरी |
| ii) कार्याचे इतर कर्मचाऱ्यांमध्ये वाटप | ब) खूप मोठी बाजारपेठ |
| iii) आर्थिक शक्तीचे पाठबळ लाभलेली इच्छा | क) विभागीकरण |
| iv) भौगोलिक आधारावर विपणन संघटना | ड) गुणोत्तर विश्लेषण |
| v) चिन्ह विकास | इ) मागणी |

प्र.2) थोडक्यात टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन)

[10]

- अ) विपणनकर्त्याची बदलती भूमिका
- ब) अव्यावसायिक संघटनेच्या प्रमुख समस्या
- क) चिन्ह धोरण तयार करण्याचे महत्त्व
- ड) विक्री पूर्वानुमानाचा उपयोग

प्र.3) अ) विक्री अंदाजपत्रक म्हणजे काय? विक्री अंदाजपत्रकातील महत्त्वाचे घटक स्पष्ट करा.

[8]

ब) चिन्ह बांधणी व्यूहरचना या संकल्पनेची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

[7]

प्र.4) अ) आधुनिक विपणन संघटनेवर परिणाम करणारे घटक विषद करा.

[8]

ब) विपणन संघटनेची रचना स्पष्ट करा.

[7]

