FYBMM
19/4/18
2 to 4:30
pages-4

Prin. of Mkt

Q.P. Code : 35078

200

Duration: 2.5 hours **Total Marks: 75 marks**

Note:-All questions are compulsory.
Draw neat labelled diagram wherever necessary
Present the answers with relevant examples.
Figures to the right indicate marks.

Q1. Read the case and answer the following questions.

Since last decade, much of the shift in the buyer preferences have been attributed to the emergence of mall culture in India. Malls have impacted the Indian lifestyle. Today malls are more than just shopping junction they are used for people in more than one way, some people use it for Socialization where as others go for Shopping as malls present themselves as a one stop shop for all needs of the consumer in the most pleasurable and economic way. Some visit them for complete experience with all the lightings and displays that really makes it one of the promising experience for them. Also a trip to mall can enhance mood from bad to good or from good to energetic. One can just go and enjoy the environment, food, events and people. There are more health benefits while shopping at malls as they are spread over thousands of sq. meters and research shows that on an average a person walks over a kilometer before walking out. It may not be a big factor influencing lifestyle but it can be counted as perhaps a benefit.

Q1) What are the benefits of shopping in mall? (5)

Q2) Give five sales promotion techniques used in the shopping malls. (5)

Q3) According to you, Is online shopping a threat to mall culture? Justify. (5)

Q2. A) Define marketing and explain its features. (15)

OR

Q2. B) Explain meaning of Rural marketing and features of a rural market.(15)

TURN OVER

EB0C22D99B59C9B1CEE0466F01B95FDF

Q.P. Code : 35078

Q3a. What are the qualities of a good salesman? (8)
Q3b. "Pakaging is a marketing necessity". - Explain (7)

OR

Q3c. What is Market segmentation? Discuss in brief on what grounds a market can be segmented. (8)

Q3d. Distinguish between Traditional marketing and Modern marketing?(7)

Q4.a.Difference between marketing and selling. (8)

Q4.b. Distinguish between Skimming the cream pricing strategy and Penetrating marketing strategy (7)

OR

Q4c . Enumerate the different types of customers one gets to see in a typical Indian market? Explain in brief their traits. (8)

Q4d. What is service marketing? Explain its features. (7)

Q5.Write Short notes on (any 3) (15)

a.Essentials of a good advertising
b.Brand Equity and Brand Loyalty
c.Relationship marketing
d.Buying motives
e) E- marketing

TURN OVER

Q.P. Code : 35078

(मराठी भाषांतर)

कालावधी: २ १/२ तास

एकूण गुण: ७५ गुण

टीप: -सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

आवश्यक तेथे आकृती काढा

आवश्यक तेथे उदाहरणे द्या

उजवीकडील अंक गुण दर्शवतात.

प्रश्न १. उतारा वाचून आणि खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

गेल्या दशकात, बहुतेक खरेदीदारांचे प्राधान्य हे मॉल संस्कृतीकडे वळले आहे. मॉल्सनी भारतीय जीवनशैलीवर परिणाम केला आहे. आज मॉल्स हे शॉपिंग जागेपेक्षा बऱ्याच गोष्टींसाठी लोकांकडून वापरले जाते, काही लोक ते सामाजिकीकरणासाठी वापरतात तर काहीजण शॉपिंगसाठी जातात, कारण मॉल्स एक स्टॉप शॉप म्हणून ग्राहकांच्या मुख्यतः आर्थिक आणि सोयीस्कर सर्व गरजा पूर्ण करण्याचा मार्ग आहे. काहीजण मॉलला तेथील चकाकी बघून आणि तेथील प्रदर्शनाच्या अनुभवासाठी भेट देतात ज्यामुळे त्यांना खरोखरच खूप आनंद होतो. तसेच मॉलची भेट उदास व्यक्तीस उत्साह आणि उर्जा देते. आपण माल मध्ये जाऊन तेथील वातावरणाचा आनंद देखील घेऊ शकतो. मॉलमध्ये शॉपिंग करताना बऱ्याच गोष्टी असतात ज्या हजारो चौरस मीटर परिसरात पसरलेल्या आहेत.असं आनंद लुटत एखादी व्यक्ती एक किलोमीटर पेक्षा जास्त अंतर चालते.हे आरोग्यासाठी चांगले आहे. मॉल ही संकल्पना जीवनशैलीवर प्रभाव टाकणारं मोठा घटक असू शकत नाही परंतु ते कदाचित एक लाभ म्हणून गणली जाऊ शकते.

प्रश्न १) मॉलमधील खरेदीचे फायदे काय आहेत? (५)

प्रश्न २) मॉल्समध्ये विक्रीसाठी वापरली जाणारी जाहिरातीची कोणतीही ५ तंत्रे स्पष्ट करा (५)

प्रश्न ३) ऑनलाईन शॉपिंग ही संकल्पना मॉल शॉपिंग संकल्पनेस धोकादायक आहे का? तुमच्या शब्दात स्पष्ट करा (५)

प्रश्न २. अ) विपणन म्हणजे काय ? त्याची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (१५)

किंवा

प्रश्न २. ब) ग्रामीण बाजारपेठ म्हणजे काय ? ग्रामीण बाजारपेठेची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (१५)

प्रश्न ३. अ) चांगल्या सेल्समॅनचे गुण स्पष्ट करा? (८)

प्रश्न ३. ब) "पॅकेजिंग ही विपणनाची गरज आहे" स्पष्ट करा (७)

किंवा

TURN OVER

प्रश्न ३. क) बाजारपेठेचे विभाजन म्हणजे काय? बाजारपेठेचे विभाजन कोणत्या धर्तीवर करू शकतो यावर थोडक्यात चर्चा करा. (८)

प्रश्न ३ ड) पारंपारिक विपणन आणि आधुनिक विपणन यातील फरक स्पष्ट करा (७)

प्रश्न ४. अ) विपणन आणि विक्री यातील फरक स्पष्ट करा. (८)

प्रश्न ४. ब) "स्कीमिंग द क्रीम प्राइसिंग" रणनीती आणि "पेनेट्रेटिंग मार्केटिंग" रणनीती यातील फरक स्पष्ट करा. (७)

किंवा

प्रश्न ४. अ) भारतीय बाजारपेठेतील निरनिराळ्या प्रकारच्या ग्राहक कोणते ? त्यांच्याविषयीचे धोके थोडक्यात सांगा. (८)

प्रश्न ४. ब) सेवा विपणन म्हणजे काय? त्याची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (७)

प्रश्न ५ टिपा लिहा (कोणत्याही ३) १५

अ) चांगल्या जाहिरातीसाठीचे आवश्यक घटक

ब) ब्रॅण्ड इक्विटी आणि ब्रॅंड निष्ठा

c) रिलेशनशिप मार्केटिंग

ड) खरेदी प्रेरणा

इ) ई-मार्केटिंग