

Anekant Education Society's
Tuljaram Chaturchand College of Arts, Science & Commerce
Baramati– 413 102, (Dist. - Pune) (Autonomous)

Class – F.Y. B.Com

Subject- Marketing & Salesmanship

Paper Code- COMMS1106B

1. Q. 1) Fill in the blanks.

1. The main objective of marketing is -----.
2. ----- is the father of Modern Marketing.
3. Marketing Mix is identified with----- name.
4. .Marketing Environment is ----- & ----- of these two types.
5. ----- is related with creating demand for renewed use of product.
6.-buy the product and ----- use the product.
7. ...----- is the art of consumer satisfaction.
8. ...----- means division of market.
9. ...----- segmentation related to age, gender, family member, income and profession.
10. ----- segmentation reflects people's lifestyle, attitude and aspirations.
11. segmentation divided into nation, states, districts, cities, Talukas, etc.
12. Buyer behavior is basically ----- in nature.
13. Soft drinks are ----- product.
14. Refrigerators are ----- product.
15. Consumer products bought for ----- use.
16. ----- products needed for daily use.
17. ----- products frequently bought by consumers.
18. Specialty product has some ----- features.
19. ----- products are less known to consumers.
20. ----- products purchased for further processing.
21. ----- is an indicator of success of business.
22. In ----- stage product is accepted by consumer.
23. In ----- stage product cannot stand in the market.
24. ---- is exchange value of the goods or services in terms of money.
25. ----- factors of the company always controllable.
26. -----factors of the company always uncontrollable.

27. If demand increases the price of the product will also-----.
28. If the demand of the product is-----, high price may be fixed.
29. Consumers computation example.
30. ----- is the father of Marketing Mix.

Q2) Following statement are True or False

1. Multiplex Marketing means large scale marketing.
2. Direct Marketing is a part of Tele Marketing.
3. Marketing Mix is customer oriented.
4. Marketing plays an essential role in creating customer satisfaction
5. The four "Ps" are: Product, Promotion, Price, and Personnel.
6. The macro - environment is usually out of the firms control.
7. Personal selling and advertising are both forms of sales promotion.
8. Marketing creates task utility, but not time or place utility
9. The "universal function of marketing" consist only of buying, selling, transporting, and storing.
10. In the past two decades, many firms in service industries adopted the marketing concept.
11. The marketing mix should be set before the best target market is selected.
12. Marketing is an Art and Science.
13. Marketing Enviornmental factors affect on marketing efforts and plan.
14. Demographic Science means approved Government data .
15. When price increase purchase of product is also increase

Q. 2) Select the appropriate alternative.

1. In marketing ----- is the focal point.
 - a. Profit
 - b. Sales
 - c. Customer
2. ----- is an element of an organizations internal environment.
 - a. Competitors
 - b. Employees
 - c. Wholesaler
3. Market information means -----.
 - a. Knowledge of industries
 - b. Knowledge of customers tastes

- c. Knowledge of competitors
- 4. Consumer Day is celebrated on -----.

 - a. 15th March
 - b. 16th March
 - c. 24th December

- 5. ----- is the basis of marketing.

 - a. Exchange
 - b. Profit
 - c. Packaging

- 6. The study of population factors is called -----.

 - a. Demographics
 - b. economics
 - c. anthropology

- 7. Grouping customers with similar needs is called -----.

 - a. Targeting
 - b. marketing
 - c. segmentation

- 8. Bread and milk are ----- kind of products.

 - a. Specialty Products
 - b. Convenience products
 - c. Durable product.

Q.4) Answer in one sentence

1. Define 'Marketing'.
2. What do you mean by 'standardization'?
3. State the meaning of 'Marketing Management'.
4. What is meant by customer satisfaction?
5. Write any 2 internal environment factors of organization.
6. What do you mean by Marketing Risk.?
7. Write any 2 examples of Green Marketing.
8. What is International Marketing?
9. State factors of 'Marketing Mix'.
10. Define 'Marketing Environment'.
11. State '4 P'S 'of marketing mix.
12. Write the concept of marketing mix.
13. Write the meaning of cultural environment.
14. State the meaning of Micro Environment.
15. What is Remarketing?
16. What is Digital Marketing?

17. Give four examples of 'online marketing'.
18. State meaning of 'Micro environment'.
19. Write the meaning 'Macro environment'.
20. Define 'buyer behavior'.
21. What is the meaning of market segmentation?
22. What do you mean by 'post purchase behavior'?
23. Define 'Product'.
24. What is meant by consumer goods?
25. What do you mean by product management?
26. What are ancillary industries?
27. What do you mean by Price?
28. What do you mean by durable product?
29. What do you mean by Non durable product?
30. Give 4 examples of convenience goods.
31. State the meaning of elasticity of demand.
32. Define 'Marketing Research'.

Q. 5) Write Short Note:

1. Importance of marketing
2. Scope of Marketing Management
3. Factors of Marketing Environment
4. Types of Marketing
5. 4 P's & Marketing Mix
6. Nature of Marketing Management
7. Product life cycle.
8. Methods of pricing
9. Role of product manager.
10. Scope of Marketing Research.

Q.6 Answer the following Questions

1. Explain scope of buyer behavior.
2. What do you mean by buying process or buying stages.
3. State the importance of market segmentation.

4. What are the qualities of market segmentation.
5. What are personal factors affecting buyer behavior.
6. Explain classification of product.
7. Which factors considered for product management.
8. Explain various methods of pricing.
9. Explain Role and Responsibilities of product management.
10. Write steps of Marketing Research.

Q. 6) Long Answer Questions

1. Define Marketing. Explain functions of marketing.
2. Write the concept of marketing mix. Explain importance of marketing.
3. Explain in details Internal & External factors of marketing environment.
4. Explain bases for market segmentation in detail.
5. Explain impact of Marketing Environment on Marketing Decisions
6. Explain the determinants/ factors affecting 'buyer behavior'.
7. Explain detail product classification.
8. Explain 'Product Life Cycle' concept in detail with diagram
9. Enumerate 'Pricing' and various methods of pricing.
10. Prepare list of Consumable durable goods according to advertising and pricing and how marketing activities differ.
11. For confectionary business how you use marketing mix?
12. Buyers why purchase frequently same goods?
13. What do you mean by child market? List the product related to child.
14. What do you mean by Marketing research? Explain process of Marketing research.

अनेकान्त एज्युकेशन सोसायटीचे
तुळजाराम चतुरचंद कला, विज्ञान व वाणिज्य महाविद्यालय (स्वायत्ता)
बारामती 413102
वर्ग— एफ.वाय.बी.कॉम
विषय — विपणन आणि विक्रयकला पेपर कोड—COOMMS1106B

प्र. १ला खालील रिकाम्या जागा भरून वाक्य पूर्ण करा.

१. हे विपणनाचे मुख्य उद्दिष्ट्ये आहे.
२. हे आधुनिक विपणनाचे जनक आहे.
३. विपणन मिश्रचे घटकया नावाने ओळखले जातात.
४. विपणन पर्यावरण आणि अशा दोन प्रकारची असते.
५.मध्ये वस्तू नव्या स्वरूपात काही बदल करून बाजारपेठेत सादर केली जाते.
६. वस्तू खरेदी करतो आणि वस्तू वापरतो.
७. ग्राहक समाधानाची कला आहे.
८. बाजारपेठेचे उपविभाग करणे म्हणजे होय.
९. अभ्यास विषयक प्रभागीकरण हे वय, लिंग, कुटूंबसंख्या , उत्पन्न आणि व्यवसायाची संबंधीत असते.
१०. विभागीकरण हे व्यक्तीची जीवनशैली दृष्टीकोन आणि ध्येय यांच्याशी संबंधीत आहे.
११.विभागीकरण हे राष्ट्र व राज्य जिल्हा, शहर व तालूका पातळीवर केले जाते.
१२. खरेदी वर्तुणुक ही मुख्य: स्वरूपाची असते.
१३. शीतपेय हे वस्तू आहे.
१४. शीतगृह ही वस्तू आहे.
१५. ग्राहक उपयोगी वस्तूची खरेदी केली जाते.
१६. वस्तूची गरज दैनंदिन वापरासाठी असते.
१७. वस्तूची खरेदी सातत्याने केली जाते.
१८. वस्तूची खास वैशिष्ट्ये असतात.
१९. उत्पादन ग्राहकांना माहित नसते.
२०. वस्तूची खरेदी पुढील प्रक्रियेसाठी केली जातात.

२१. हा व्यवसायाचे यश दाखवितो.
२२.या टप्प्यात ग्राहकाने वस्तू स्वीकारलेली असते.
२३. काळात वस्तू बाजारपेठेत राहू शकत नाही.
२४. म्हणजे वस्तू किंवा सेवेत व्यक्त केलेले बाजारपेठेचे मुल्य असते.
२५. व्यवसायाचे घटक हे नियंत्रणक्षम असतात.
२६. व्यवसायाचे घटक हे अनियंत्रणक्षम असतात.
२७. मागणी वाढल्यास वस्तूंच्या किंमती मध्ये होते.
२८. वस्तूची मागणी असल्यास वस्तूची किंमत स्थिर होते.
२९. ग्राहक प्रतियोगिता उदाहरण आहे.
३०. विपणनमिश्र या संकल्पनेचा जनक आहे.

प्र.२ रा पुढील विधाने चूक किंवा बरोबर ते सांगा.

१. बृहद् विपणन म्हणजे मोठ्या प्रमाणावरील विपणन होय.
२. टेली विपणन थेट विपणनाचा भाग आहे.
३. विपणनमिश्र ग्राहकाभिमुख असते.
४. ग्राहक समाधानी ठेवण्यामध्ये विपणन महत्वाचे असते.
५. फोर पीज म्हणजे वस्तू, विक्रेयवृद्धी, किंमत आणि कामगार
६. समग्र वातावरण व्यवसायाच्या नियंत्रणात नसते.
७. व्यक्तीगत विक्री आणि जाहीरात दोन्ही विक्रेयवृद्धी करतात.
८. विपणन कार्य उपयोगिता कार्य निर्माण करते.मात्र वेळ आणि जागा उपयोगिता करत नाही.
९. जागतिक विपणन कार्यामध्ये खरेदी, विक्री, वाहतुक व साठवणूक समाविष्ट आहे.
१०. मागील दोन दशकापासून सेवा उद्योगाने विपणन संकल्पना स्विकारली आहे.
११. बाजारपेठांची माहिती जमा केल्या नंतरच विपणन मिश्र केले जाते.
१२. विपणन हे शास्त्र व कला दोन्ही आहे.
१३. विपणन वातावरणाचे घटक विपणन प्रयत्न व योजना मोठ्या प्रमाणावर प्रभावित करतात.

१४. लोकसंख्या शास्त्र म्हणजे सरकारी अधिकृत आकडेवारी होय.
१५. किंमत वाढलीकी ग्राहकांची वस्तुंची खरेदी देखिल वाढते.

प्र.३ रा योग्य पर्याय निवडा

१. विपणनात हा घटकमुख्य आहे.
१. नफा
२. ब्रिक्री
३. ग्राहक
२. हे विपणन पर्यावरणाचा अंतर्गत घटक आहे.
१. स्पर्धक
२. कामगार
३. किरकोळव्यापारी
३. विपणन माहिती म्हणजे
१. स्पर्धकांची माहिती
२. उद्योगाची माहिती
३. ग्राहकांच्या आवडी निवडीची माहिती.
४. ग्राहक हक्क दिवस तारखेला साजरा केला जातो.
१. १५ मार्च
२. २० एप्रिल
३. १२ जून
५. हे विपणनचा पाया आहे.
१. विनिमय
२. नफा
३. चिन्हांकन
६. लोकसंख्या घटकांचा अभ्यास म्हणजे
१. आर्थिक संख्याशास्त्र
२. लोकसंख्या शास्त्र
३. ३.मानसशास्त्र
७. ग्राहकांना त्याच्यां गरजेनुसार विभागणी याला म्हणतात.
१. विपणन
२. ग्राहकवर्तन
३. विभागीकरण

८. ब्रेड आणि दूध वस्तुंचे प्रकार आहेत.

१. विशेष
२. सोयीस्कर
३. टिकाऊ

९. औद्योगिक क्रांतीनंतर उत्पादन होऊ लागले

१. मागणी पूर्व
२. मागणी प्रमाणे
३. औद्योगिक

१०. औद्योगिक बाजारपेठेची खरेदीही खरेदीअसते.

१. प्रत्यक्ष
२. अप्रत्यक्ष
३. रोख

११. औद्योगिक बाजारपेठेतील मागणी या प्रकारात मोडते .

१. लवचिक मागणी
२. स्थिर मागणी
३. परश्रित मागणी

प्र. ४ था खालील प्रश्नांची उत्तरे एका वाक्यात लिहा.

१. 'विपणनाची' व्याख्या द्या.
२. 'प्रमाणीकरण' म्हणजे काय?
३. 'विपणन व्यवस्थापनाचा' अर्थ सांगा.
४. 'ग्राहक समाधान' म्हणजे काय?
५. 'अंतर्गत पर्यावरणाचे' दोन घटक लिहा.
६. 'विपणन जोखीम' म्हणजे काय?
७. 'हरीत विपणनाची' दोन उदाहरणे द्या.
८. 'आंतरराष्ट्रीय व्यवस्थापन' म्हणजे काय?
९. 'विपणन मिश्राचे' घटक सांगा.
१०. विपणन पर्यावरणाची व्याख्या द्या.

११. विपणन मिश्राचे 'फोर—पी' सांगा.
१२. 'विपणन मिश्राची' संकल्पना लिहा.
१३. 'सांस्कृतीक पर्यावरणाचा' अर्थ लिहा.
१४. 'सुक्ष्म पर्यावरणाचा' अर्थ सांगा.
१५. 'फेर विपणन' म्हणजे काय?
१६. 'डिजीटल विपणन' म्हणजे काय?
१७. 'ऑनलाईन मार्केटींगचे' चार उदाहरणे द्या.
१८. 'सुक्ष्म विपणनाचा' अर्थ सांगा.
१९. 'समग्र विपणनाचा' अर्थ लिहा.
२०. 'ग्राहक वर्तनाची' व्याख्या द्या.
२१. 'बाजारपेठ विभागीकरण' म्हणजे काय?
२२. खरेदी नंतरचे वर्तन म्हणजे काय?
२३. 'वस्तू' व्याख्या द्या.
२४. 'उपभोग्य वस्तू' म्हणजे काय?
२५. 'वस्तू व्यवस्थापन' म्हणजे काय?
२६. 'साहय्यक उद्योग' म्हणजे काय?
२७. 'किंमत' म्हणजे काय?
२८. 'टिकाऊ' वस्तूची माहिती सांगा.
२९. 'नाशवंत वस्तू' म्हणजे काय?
३०. 'दैनंदिन वस्तुंची' चार उदाहरणे लिहा.
३१. 'मागणीची लवचिकता' म्हणजे काय?
३२. 'विपणन संशोधन' व्याख्या द्या.

प्र.५ वा टिपा लिहा.

१. विपणनाचे महत्व
२. विपणन व्यवस्थापनाची व्याप्ती
३. विपणन वातावरणाचे घटक
४. विपणनाचे प्रकार
५. फोर—पी आणि विपणनमिश्र
६. विपणन वातावरणाचे स्वरूप
७. वस्तू जीवन चक्र
८. किंमत निश्चिती करण्याची पध्दती
९. उत्पादन व्यवस्थापकाची भूमिका
१०. विपणन संशोधनाची व्याप्ती

प्र ६ वा खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१. खरेदीदार वर्तनुकीची व्याप्ती सांगा.
२. खरेदीच्या पध्दती किंवा खरेदीचे टप्पे सांगा.
३. बाजारपेठ विभागीकरणाचे महत्व सांगा.
४. बाजारपेठ विभागीकरणाचे गूणवैशिष्ट्ये सांगा
५. खरेदीदाराच्या वर्तुणूकीची घटक स्पष्ट करा.,
६. वस्तू वर्गीकरण स्पष्ट करा.
७. उत्पादन व्यवस्थापनावरती कोणते घटक परीणाम करतात.
८. किंमत निश्चितीच्या विविध पध्दती सांगा.
०९. वस्तू व्यवस्थापकाची भूमिका व जबाबदारी स्पष्ट करा.
१०. विपणन संशोधनाची पाय—या लिहा.

प्र.७. वा खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

१. विपणनाची व्याख्या द्या. विपणनाची कार्ये सविस्तर स्पष्ट करा.
२. विपणन मिश्र ही संकल्पना स्पष्ट करून विपणन मिश्रचे महत्त्व लिहा.
३. विपणन पर्यावरणाचे अंतर्गत आणि बाह्य घटक सविस्तर लिहा.
४. बाजारपेठांची विभाजन करताना कोणते निकष लावले जातात.
५. विपणन निर्णयावर विपणन वातावरणाचे पडणारा प्रभाव स्पष्ट करा.
६. खरेदीदार वर्तन ठरविणारे घटक स्पष्ट करा.
७. वस्तू वर्गीकरण सविस्तर स्पष्ट करा.
८. वस्तू जीवनचक्र संकल्पना आकृतीच्या साहाय्याने स्पष्ट करा.
९. किंमत निश्चित करण्याची पध्दतीस विस्तर लिहा.
१०. टिकाऊ उपभोग्य वस्तूंची यादी तयार करून जाहीरात आणि किंमत या नुसार विपणन प्रक्रियेत कसा बदल कराल?
११. बेकरी उद्योगासाठी विपणन मिश्र तयार करा.
१२. खरेदीदार एकाच प्रकारची वस्तू वरचेवर का खरेदी करतात.
१३. शिशू (बालक) बाजारपेठ म्हणजे काय? या बाजारपेठेतील वस्तूंची यादी तयार करा.
१४. विपणन संशोधन म्हणजे काय? विपणन संशोधनाची प्रक्रीया सविस्तर स्पष्ट करा.