

This question paper contains 3 printed pages]

TV—13—2024

FACULTY OF COMMERCE

M.Com. (Second Year) (Third Semester) EXAMINATION

NOVEMBER/DECEMBER, 2024

MARKETING MANAGEMENT-I

Paper MC 3.4.1

(Saturday, 14-12-2024)

Time : 2.00 p.m. to 5.00 p.m.

Time—Three Hours

Maximum Marks—75

N.B. :— (i) Question No. 1 is compulsory.

(ii) All questions carry equal marks.

(i) प्रश्न क्र. 1 अनिवार्य आहे.

(ii) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

1. Define marketing and explain the importance of marketing. 15

विपणनाची व्याख्या देऊन विपणनाचे महत्व स्पष्ट करा.

2. Define customer relationship management and state the bases of

C.R.M. 15

ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाची व्याख्या देऊन त्याचे आधार विशद करा.

P.T.O.

WT

(2)

TV—13—2024

Or

(किंवा)

Explain the concept of market segmentation. What are the benefits of market segmentation ?

बाजारपेठ विभाजनाची संकल्पना स्पष्ट करा. बाजारपेठ विभाजनाचे फायदे काय आहेत ?

3. What is consumer behaviour ? Explain need and significance of consumer behaviour. 15

ग्राहक वर्तन म्हणजे काय ? ग्राहक वर्तनाची गरज आणि महत्व स्पष्ट करा.

Or

(किंवा)

Describe the factors affecting on consumer buying behaviour.

ग्राहक खरेदी वर्तनावर परिणाम करणारे घटक विशद करा.

4. Define customer relationship management and state the importance of C.R.M. 15

ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाची व्याख्या देऊन ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे महत्व विशद करा.

Or

(किंवा)

State the various stages in buying decision-making process.

खरेदी निर्णय प्रक्रियेतील विविध टप्पे सांगा.

WT

(3)

TV—13—2024

5. Write short notes on (any two) :

15

- (i) Expansion of market
- (ii) Promotional tools (sales)
- (iii) Advantages of C.R.M.
- (iv) Marketing networks.

थोडक्यात टिपा लिहा (कोणत्याही दोन) :

- (i) बाजारपेठ विस्तार
- (ii) संवर्धन साधने (विक्री)
- (iii) ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे फायदे
- (iv) विपणन नेटवर्क.

TV—13—2024

3