



Seat No.	
----------	--

SN - 8

Total No. of Pages : 2

B.Com. (Part - I) (Semester - I) (Prerevised) Examination, November - 2019

PRINCIPLES OF MARKETING (Paper - I)

Sub. Code: 59641

Day and Date : Monday, 25 - 11 - 2019

Total Marks : 50

Time : 3.00 p.m. to 5.00 p.m.

- Instructions :**
- 1) Attempt any five questions out of the seven.
 - 2) Figures to the right indicate full marks.

Q1) Answer the following questions in short. (any two) [10]

- a) Explain the holistic marketing concept.
- b) Explain significance of consumer behaviour.
- c) Explain concept of positioning.

Q2) What is marketing? Explain the importance of marketing. [10]

Q3) Explain the various factors affecting consumer behaviour. [10]

Q4) Describe various steps in marketing research. [10]

Q5) What is marketing information system? State the components of marketing information system. [10]

Q6) Explain the various basis of market segmentation. [10]

Q7) Write short notes. (any two) [10]

- a) Features of marketing.
- b) Importance of market segmentation.
- c) Buying decision process.

P.T.O.



- सूचना : 1) सातपैकी कोणतेही पाच प्रश्न सोडवा.
2) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.

- प्र.1) खालील प्रश्नांची थोडक्यात उत्तरे लिहा. (कोणतेही दोन) [10]
अ) सर्वव्यापी विपणन संकल्पना स्पष्ट करा.
ब) उपभोक्त्यांच्या वर्तनपद्धतीचे महत्त्व स्पष्ट करा.
क) स्थाननिश्चितीकरण संकल्पना स्पष्ट करा.
- प्र.2) विपणन म्हणजे काय? विपणनाचे महत्त्व स्पष्ट करा. [10]
- प्र.3) उपभोक्ता वर्तणुकीवर परिणाम करणारे वेगवेगळे घटक विशद करा. [10]
- प्र.4) बाजारपेठ संशोधनाच्या वेगवेगळ्या अवस्थांचे वर्णन करा. [10]
- प्र.5) विपणन माहिती पद्धत म्हणजे काय? विपणन माहिती पद्धतीचे घटक सांगा. [10]
- प्र.6) बाजारपेठ विभाजनाचे वेगवेगळे आधार विशद करा. [10]
- प्र.7) टीपा लिहा. (कोणत्याही दोन) [10]
अ) विपणनाची वैशिष्ट्ये.
ब) बाजारपेठ विभाजनाचे महत्त्व.
क) खरेदी निर्णय प्रक्रिया.

ॐ ॐ ॐ