



**Progressive Education Society's**  
**Modern College of Arts, Science & Commerce Ganeshkhind, Pune – 16**  
**(Autonomous)**  
**End Semester Examination: October/November 2024**  
**Faculty: Commerce**

**Program: B.Com. (Autonomous)**  
**Program (Specific): Business Practices**  
**Class: TY B.com**  
**Name of the Course: Practices of Marketing Management**  
**Course Code: 24-COB355(d)**  
**Paper: II**

**Semester: V**

**SET: A**  
**Course Type: Major**  
**Max. Marks: 50**

**Time: 2½ Hours**

**Important Instructions:**

- 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) (5X1=5)**

1. \_\_\_\_\_ is the demand created in the minds of consumers for a product not available in the market. (Declining demand, Latent demand, Negative demand)
2. \_\_\_\_\_ is the process of estimating a company's sales revenue for a future specific period of time (Market demand, Sales forecasting, Marketing)
3. \_\_\_\_\_ is one of the external factors that affect the marketing organization (Customer, People, Management)
4. \_\_\_\_\_ is a long term plan considering competitor's actions. (Marketing Planning, Strategy, Forecasting)
5. \_\_\_\_\_ is an art of creating future plans in quantitative terms (Sales budget, Sales forecasting, Planning)
6. Creating positive social change and welfare of society is the aim of \_\_\_\_\_ (Marketing organization, social Marketing, Marketing strategy)

**B) Match the following: (5X1=5)**

| Column A                          | Column B                                                       |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| i) Sales Quota                    | a) Want backed by ability to pay                               |
| ii) Benchmarking                  | b) Geographical                                                |
| iii) Demand                       | c) Delphi method                                               |
| iv) Sales forecasting method      | d) Deciding target sales for each salesman                     |
| v) Type of Marketing Organisation | e) Process of measuring performance with the best organisation |

**Q2) Answer the following in 300 words (any 2)**

**(2X15=30)**

1. What is Social Marketing? Describe the social responsibility of Marketing Manager
2. Define Marketing Organization. Explain types of Marketing Organization
3. What is Market demand? Explain the types of demand in marketing
4. Describe types of Competitive marketing strategies

**Q.3 Write a short note (any 2)**

**(2X5=10)**

1. Jury of executive opinion method
2. Sales Budget
3. Essentials of Marketing Organization
4. Characteristics of Strategy



**Progressive Education Society's**  
**Modern College of Arts, Science & Commerce Ganeshkhind, Pune – 16**  
**(Autonomous)**  
**End Semester Examination: October 2024**  
**Faculty: Commerce**  
**(मराठी रूपांतर)**

**Program: B.Com. (Autonomous)**  
**Program (Specific): Business Practices**  
**Class: TY B.com**  
**Name of the Course: Practices of Marketing Management**  
**Course Code: 24-COB355(d)**  
**Paper: II**

**Semester: V**

**SET: A**  
**Course Type: Major**  
**Max. Marks: 50**

**Time: 2½ Hours**

महत्वाच्या सूचना:

- १) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत
- २) उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.

Q1) अ) योग्य पर्याय निवडून रिक्त जागा भरा (कोणतेही पाच)

(5X1=5)

1. \_\_\_\_\_ म्हणजे बाजारात उपलब्ध नसलेल्या उत्पादनासाठी ग्राहकांच्या मनात निर्माण केलेली मागणी (घसरण मागणी, सुप्त मागणी, नकारात्मक मागणी)
2. \_\_\_\_\_ ही विशिष्ट कालावधीसाठी कंपनीच्या विक्री उत्पन्नाचा अंदाज घेण्याची प्रक्रिया आहे (बाजार मागणी, विक्री अंदाज, विपणन)
3. \_\_\_\_\_ हे मार्केटिंग संस्थेवर परिणाम करणाऱ्या बाह्य घटकांपैकी एक आहे (ग्राहक, लोक, व्यवस्थापन)
4. \_\_\_\_\_ ही प्रतिस्पर्ध्यांच्या कृतींचा विचार करून दीर्घकालीन योजना आहे. (विपणन नियोजन, धोरण, अंदाज)
5. \_\_\_\_\_ ही भविष्यातील योजना परिमाणात्मक दृष्टीने तयार करण्याची कला आहे (विक्री बजेट, विक्री अंदाज, नियोजन)
6. सकारात्मक सामाजिक बदल घडवणे आणि समाजाचे कल्याण करणे हे \_\_\_\_\_ चे उद्दिष्ट आहे (विपणन संस्था, सामाजिक विपणन, विपणन धोरण)

ब) योग्य जोड्या जुळवा

(5X1=5)

| स्तंभ अ)                 | स्तंभ ब)                                                |
|--------------------------|---------------------------------------------------------|
| i) विक्री कोटा           | अ) आर्थिक शक्तीचे पाठबळ लाभलेली इच्छा                   |
| ii) बेंचमार्किंग         | ब) भौगोलिक                                              |
| iii) मागणी               | क) डेल्फी पद्धत                                         |
| iv) विक्री अंदाज पद्धत   | ड) प्रत्येक सेल्समनसाठी लक्ष्य विक्री ठरवणे             |
| v) विपणन संस्थेचा प्रकार | इ) सर्वोत्तम संस्थेसह कार्यप्रदर्शन मोजण्याची प्रक्रिया |

Q2) खालील प्रश्नांची 300 शब्दांमध्ये उत्तरे लिहा (कोणतेही 2)

(2X15=30)

१. सामाजिक विपणन म्हणजे काय? विपणन व्यवस्थापकाच्या सामाजिक जबाबदाऱ्यांचे वर्णन करा

2. विपणन संघटना ची व्याख्या द्या. विपणन संघटनेचे प्रकार स्पष्ट करा
3. बाजाराची मागणी काय आहे? विपणनातील मागणीचे प्रकार स्पष्ट करा
4. स्पर्धात्मक विपणन धोरणाचे वर्णन करा

**Q.3 संक्षिप्त टिपा लिहा (कोणतेही 2)**

**(2X5=10)**

१. कार्यकारी अधिकाऱ्यांचे मत पद्धती
2. विक्री अंदाजपत्रक
3. विपणन संघटनेचे आवश्यक गोष्टी
4. व्यूहरचनाची वैशिष्ट्ये

\*\*\*\*\*