



Total No. of Questions: 4

Total No. of Pages: 2

**Second Year (B.Com)**  
**COM-23102(b): Fundamentals of Marketing Management**  
**(Semester III)**

**Program:** S.Y.B.Com

**Program Specific:** Major

**Course Type:**

**Paper:**

**Credits:** 4

**Time:** 2 Hours

**Max. Marks:** 40

**Instructions to the candidate:**

- 1) All questions are compulsory.
- 2) Figures to the right indicate full marks.

**Q1) fill in the blanks**

**[5 X 1= 5]**

1. Marketing management is a functional area of ----- . (Sales, Management, Finance)
2. Societal marketing concept is ----- . (Socially oriented, customer oriented, Competitor oriented)
3. Offering discounts on product is -----strategy. (Product, promotion, pricing)
4. Marketing policies and programs are the elements of ----- . (Marketing planning, Marketing research, Marketing philosophies)
5. Marketing research helps in formulating ----- . (Marketing Policies, Marketing strategy, Marketing programs)

**Q2) Match the pairs**

**[5 X 1 =5]**

- |                         |                                   |
|-------------------------|-----------------------------------|
| 1. Marketing Research   | 1. Primary data collection method |
| 2. Marketing Management | 2. Monitoring the operations      |
| 3. Interview            | 3. Changing business environment  |
| 4. Marketing Strategy   | 4. Marketing problem              |
| 5. Marketing Planning   | 5. Business Process               |

**Q3) Answer the following (Attempt any three)**

**[3X10 = 30]**

1. Explain the functions of marketing management
2. What are the various approaches of marketing philosophy?
3. What are the types of marketing strategies?
4. Explain the steps in the marketing planning procedure?
5. What are the objectives of marketing research?

\*\*\*\*\*

Total No. of Questions: 3

Total No. of Pages:2

Second Year (B.Com)  
COM-23102(b): Fundamentals of Marketing Management  
(Semester III)

Program: S.Y.B.Com

Program Specific: Major

Course Type:

Paper:

Credits: 4

Time: 2 Hours

Max. Marks: 40

Instructions to the candidate:

- 3) All questions are compulsory.
- 4) Figures to the right indicate full marks.

Q1) रिकाम्या जागा भरा

[5 X 1= 5]

1. विपणन व्यवस्थापन हे ----- चे कार्यशील क्षेत्र आहे. (विक्री, व्यवस्थापन, वित्त)
2. सामाजिक विपणन संकल्पना ----- आहे. (समाजभिमुख, ग्राहकाभिमुख, स्पर्धकभिमुख)
3. उत्पादनावर सवलत देणे ही ----- नीती आहे. (उत्पादन, जाहिरात, किंमत)
4. विपणन धोरणे आणि कार्यक्रम ----- चे घटक आहेत. (विपणन नियोजन, विपणन संशोधन, विपणन तत्वज्ञान)
5. विपणन संशोधन ----- तयार करण्यात मदत करते. (विपणन धोरणे, विपणन धोरण, विपणन कार्यक्रम)

Q2) जोड्या जुळवा

[5 X 1 =5]

- |                     |                              |
|---------------------|------------------------------|
| 1. विपणन संशोधन     | 1. प्राथमिक डेटा संकलन पद्धत |
| 2. विपणन व्यवस्थापन | 2. कामकाजाचे निरीक्षण करणे   |
| 3. मुलाखत           | 3. बदलते व्यावसायिक वातावरण  |
| 4. विपणन धोरण       | 4. विपणन समस्या              |
| 5. विपणन नियोजन     | 5. व्यवसाय प्रक्रिया         |

Q3) खालील उत्तरे द्या (कोणतेही तीन)

[3X10 = 30]

1. विपणन व्यवस्थापनाची कार्ये स्पष्ट करा.
2. विपणन तत्त्वज्ञानाचे विविध दृष्टिकोन काय आहेत?
3. विपणन धोरणांचे प्रकार काय आहेत?
4. विपणन नियोजन प्रक्रियेतील पायऱ्या स्पष्ट करा?
5. विपणन संशोधनाची उद्दिष्टे काय आहेत?

\*\*\*\*\*