

This question paper contains 2 printed pages]

**CZ—390—2019**

**FACULTY OF COMMERCE**

**B.Com. (Third Year) (Sixth Semester) EXAMINATION**

**MARCH/APRIL, 2019**

**MARKETING MANAGEMENT—II**

**(Saturday, 30-3-2019)**

**Time : 10.00 a.m. to 12.00 noon**

*Time—2 Hours*

*Maximum Marks—40*

- N.B. :—*
- (i) Attempt *All* questions.
  - (ii) Question No. 1 is compulsory.
  - (iii) *All* questions carry equal marks.
  - (i) सर्व प्रश्न सोडवा.
  - (ii) प्रश्न क्र. 1 अनिवार्य आहे.
  - (iii) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

1. What is Marketing Research ? Write its objectives. 10  
विपणन संशोधन म्हणजे काय ? त्याची उद्दिष्टे स्पष्ट करा.
2. What is consumer behaviour ? Explain the buyer's buying decision-making process. 10  
ग्राहक वर्तन म्हणजे काय ? ते सांगून खरेदीदाराची खरेदी निर्णय प्रक्रिया स्पष्ट करा.

*Or*

(किंवा)

Discuss in detail the Rural Marketing.

ग्रामीण विपणन सविस्तरपणे स्पष्ट करा.

3. Define market segmentation. Explain the bases of market segmentation. 10  
बाजारपेठ विभाजनाची व्याख्या द्या. बाजारपेठ विभाजनाचे आधार विशद करा.

P.T.O.

WT

( 2 )

CZ—390—2019

Or

(किंवा)

What is customer relationship management ? Explain the advantages of customer relationship management.

ग्राहक संबंध व्यवस्थापन म्हणजे काय ? ग्राहक संबंध व्यवस्थापनाचे फायदे स्पष्ट करा.

4. Write in detail importance of marketing research. 10

विपणन संशोधनाचे महत्त्व सविस्तर लिहा.

Or

(किंवा)

Write short notes on :

- (a) Green Marketing
- (b) Organizational Consumer

थोडक्यात टिपा लिहा :

- (a) ग्रीन (हरित) विपणन
- (b) संघटनात्मक ग्राहक.

CZ—390—2019

2