

M.com-Part-I Examination
15 SEP 2020
Marketing Management (Compulsory)
Code.No-8562

Time: 3 Hours

Marks: 100

- Q.1. Describe the bases of market segmentation for industrial product and discuss the market targeting. (20)
औधोगिक पेदाश माटेनां बजार विभाजननां आधारी वर्णवी. अने लक्ष्यांकित बजार समजावो.
- OR**
- Q.1. (A) Explain the consumer products and industrial products. (10)
वपराशी पेदाशो अने औधोगिक पेदाशो समजावो.
- (B) Explain the difference between marketing and selling. (10)
मार्केटींग अने वेयाण वस्थेनी तकावत समजावो.
- Q.2. Explain the meaning, types and process of Buyer Behaviour. (20)
गाहक वर्तणुकनी अर्थ, प्रकारो अने प्रक्रिया समजावो.
- OR**
- Q.2. Explain macro and micro Environment. (20)
विशाण अने लघु पर्यावरण समजावो.
- Q.3. Describe the meaning and importance of market measurement and demand forecast and discuss the methods of estimating future demand. (20)
बजार मापन अने मांग आधारणनी अर्थ अने महत्व समजावो अने भावि मांग अंदाजवानी पध्दतिओ यर्था.
- OR**
- Q.3. Explain market leader strategies and growth strategies. (20)
बजार नेता व्यूहरयनाओ अने विकास व्यूहरयनाओ समजावो.
- Q.4. Describe the product mix and new product development. (20)
पेदाश मिश्र अने नवी पेदाश विकास वर्णवी.
- OR**
- Q.4. Explain product life cycle. (20)
पेदाश ज्वनचक्र समजावो.
- Q.5. Discuss factors affecting pricing policies. (20)
किंमतनीति ने असरकर्ता परिबणो यर्था.
- OR**
- Q.5. Describe the objectives and various policies of pricing decisions. (20)
किंमतनिर्धारण नां उद्देशो अने विविध निति वर्णवी.