

शिवाजी विद्यापीठ कोल्हापूर

परीक्षा २०२१-२०२२

सेमिस्टर - I,

वर्ग:- बी.कॉम I,

विषय:- विपणनाची तत्वे - I

गुण:- ५०

दिनांक:- Saturday,05/02/2022

वेळ:- 10.00am to 11.00am

1.समाजासाठी निर्मिती करणे व त्याचे प्रदान करणे म्हणजे विपणन होय

अ) वस्तू ब) सेवा क) **राहणीमानाची** ड) गृहप्रकल्प

2. एका वस्तूच्या बदल्यात दुसरी वस्तू घेण्याच्या पद्धतीस..... असे म्हणतात

अ) व्यवहार ब) व्यापार क) **वस्तुविनिमय** ड) विक्रयवृद्धी

3..... म्हणजे काहीतरी समाधानाची उणीव भासणारी मानवाची अवस्था होय

अ) इच्छा ब) **गरज** क) अभिलाषा ड) मागणी

4. विपणन मिश्रण म्हणजे वस्तू, वस्तू ची किंमत, वस्तूचे वितरण मार्ग व वस्तूची..... या चार घटकांचे मिश्रण होय

अ) विक्री ब) जाहिरात क) प्रसिद्धी ड) **विक्रयवृद्धी**

5.आधुनिक विपणनामुळे..... गतिशीलता वाढण्यास मदत होते

अ) उत्पादकाची ब) **समाजाची** क) ग्राहकाची ड) अर्थव्यवस्थेची

6 व्यवसायाच्या विपणन क्रियांवर व विपणन व्यवस्थापनावर परिणाम करणाऱ्या घटना परिस्थिती व प्रभाव घटक यांची गोळाबेरीज म्हणजे..... होय

अ) विपणन ब) नफा क) पर्यावरण ड) **विपणन पर्यावरण**

7. उपभोक्त्यांची वर्तन पद्धती आधुनिक विपणनामध्ये..... बनली आहे

अ) गरजेची ब) महत्त्वाची क) केंद्रबिंदू ड) समाधानाची बाब

8. उपभोक्त्यांची वर्तन पद्धती ही एक प्रक्रिया असून ज्याद्वारे व्यक्ती वस्तू व सेवा..... घेताना काय खरेदी करावे,कोठे, कशी ,केव्हा व कोणाकडून खरेदी करावी हे ठरवितो

अ) विक्रीचा निर्णय ब) **खरेदीचा निर्णय** क) उपभोग ड) यापैकी नाही

9. उपभोक्त्यांच्या वर्तन पद्धतीवरील विभिन्न घटकांचा प्रभाव व्यक्तिपरत्वे, स्थलपरत्वे व देशपरत्वे असू शकतो

अ) समान ब) **वेगवेगळा** क) लवचिक ड) अलवचिक

10. म्हणजे वस्तूचा अथवा सेवेचा प्रत्यक्ष उपयोग वा उपभोग घेणारी व्यक्ती होय

अ) खरेदीदार ब) ग्राहक क) विक्रेता ड) **उपभोक्ता**

11. खरेदी निर्णय प्रक्रिया ही एक प्रक्रिया होय

अ) सामाजिक ब) नैसर्गिक क) **मानसशास्त्रीय** ड) शैक्षणिक

12.म्हणजे वस्तूच्या संपूर्ण बाजारपेठेचे अनेक भागांमध्ये विभाजन करणे ज्याद्वारे प्रत्येक भाग हा सर्व वैशिष्ट्यपूर्ण घटकांबाबत एकजिनसी होण्यासाठी प्रवृत्त होईल

अ) विक्रय वृद्धी ब) विपणन मिश्रण क) बाजारपेठ ड) **बाजारपेठ विभाजन**

13. भौगोलिक आधारे बाजारपेठ विभाजन जिल्हा या घटकांने केले असता..... ही बाजारपेठ तयार होईल

अ) शहरी ब) भारत क) **कोल्हापूर** ड) हिंदू

14..... विपणन म्हणजे प्रत्येक बाजारपेठ विभागाचा आकर्षकपणा तपासून बाजारपेठ प्रवेशासाठी एक किंवा अनेक विभागांची निवड करण्याची प्रक्रिया होय

अ) सामूहिक ब) भेदात्मक क) केंद्रीकृत ड) **लक्ष्यकेंद्री**

15. स्पर्धक वस्तूंच्या तुलनेत आपल्या वस्तूचे स्पष्ट वैशिष्ट्यपूर्ण व अपेक्षित असे स्थान लक्ष केंद्रित ग्राहकाच्या मनामध्ये निर्माण करण्याची प्रक्रिया म्हणजे..... होय

अ) भेदात्मक विपणन ब) सामूहिक विपणन क) **स्थाननिश्चितीकरण** ड) सूक्ष्म विपणन

16. आपली वस्तू व स्पर्धक वस्तू यातील भेद स्पष्ट करण्यासाठी उत्पादन संस्था अवलंब करित असलेल्या व्यूहरचनेस असे म्हणतात

अ) **वस्तू भेदकरण** ब) स्थाननिश्चितीकरण क) सामूहिक विपणन ड) लक्ष्यकेंद्री विपणन

17..... विपणन म्हणजे ग्रामीण बाजारपेठ मिळवण्यासाठी केली जाणारी विपणन क्रिया होय

अ) सामाजिक ब) हरित क) **ग्रामीण** ड) शहरी

18. भारतीय बाजारपेठ ही जगातील नंबरची मोठी बाजारपेठ आहे

अ) एक ब) **दोन** क) तीन ड) चार

19. भारताची ग्रामीण बाजारपेठ ही..... खेड्यांमध्ये विखुरलेली आहे

अ) **६,३८,५९६** ब) ५,३८,५९६ क) ४,३८,५९६ ड) ३,३८,५९६

20. ग्रामीण ग्राहकांचे..... हे शहरी ग्राहकांपेक्षा वेगळे असते

अ) उत्पन्न ब) **वर्तन** क) समाधान ड) यापैकी नाही

21. सामाजिक हितासाठी समाजाच्या वर्तनामध्ये चांगले बदल घडवून आणण्यासाठी विपणन प्रक्रियेचा सूत्रबद्ध वापर करणे म्हणजे..... विपणन होय

अ) हरित ब) ऑनलाईन क) **सामाजिक** ड) ग्रामीण

22. इंटरनेटद्वारे वस्तू व सेवांचे विपणन करण्यासाठी वापरण्यात येणाऱ्या साधनांचा व पद्धतीचा संच म्हणजे..... विपणन होय

अ) हरित ब) **ऑनलाईन** क) सामाजिक ड) ग्रामीण

23..... विपणन ही व्यापक संकल्पना असून त्यामध्ये विपणनाशी संबंधित प्रत्येक कार्यामध्ये पर्यावरण रक्षणाचा विचार समाविष्ट आहे

अ) हरित ब) ऑनलाईन क) सामाजिक ड) ग्रामीण

24. विपणन माहिती पद्धत म्हणजे अशी पद्धत किंवा तंत्र होय की ज्याद्वारे उपलब्ध माहितीचा विपणन योजना..... व विपणन नियंत्रण कार्य व्यवस्थितपणे करतात

अ) विपणन कार्य ब) विपणन निर्णय क) विपणन नियोजन ड) विपणन संघटन

25. वस्तू व सेवांच्या विपणना संदर्भातील कोणत्याही समस्येच्या निराकरणासाठी पद्धतशीरपणे केलेले माहिती संकलन, नोंदणी व विश्लेषण म्हणजे होय

अ) विपणन अभ्यास ब) विपणन संशोधन क) बाजारपेठ संशोधन ड) ग्राहक संशोधन