

[Time: 3 Hours]

[ Marks:100]

Please check whether you have got the right question paper.

N.B:

1. **Question no 1** is compulsory.
2. **Attempt** any four questions from **Q.2 to Q.8**
3. **Answer** to each question **must begin** on **fresh page**.
4. **Figures** to the **right** indicate **full marks**

1. Explain the following concepts in not more than eight lines(**any five**): **20**
  - (a) Internal Marketing
  - (b) Services
  - (c) Customer Value
  - (d) Brand
  - (e) Globalisation
  - (f) Sales promotion
  - (g) B2B
  - (h) Strategy
2. (a) Define Marketing. Briefly explain the functions of marketing. **10**  
 (b) Explain the impact of globalization on current marketing environment in India. **10**
3. (a) What is product positioning? Explain the step in product positioning. **10**  
 (b) Which marketing strategies are appropriate at growth stage of product life cycle. **10**
4. (a) What is promotion mix? Explain the objectives of promotion-mix **10**  
 (b) Explain the factors affecting product pricing **10**
5. (a) Discuss the importance of sales forecasting for the organization **10**  
 (b) Explain the factors affecting consumer buying behavior. **10**
6. (a) What are the challenges faced by marketers in the rural areas? **10**  
 (b) Elaborate on the Michael Porter's model of industry attractiveness. **10**
7. Write notes on **any two** of the following:- **20**
  - (a) Services Features
  - (b) E-Marketing
  - (c) Importance of packaging
  - (d) Product failure
  - (e) BCG Model

[Turn Over]

## 8. Case Study:-

20

In the early 2000's, Starbucks was expanding aggressively both in terms of locations and their product offerings. While the chain had built up a loyal fan following of coffee drinkers through recreating a neighborhood coffee house vibe, but Starbucks quality of service couldn't match up with its rapid expansion. What's more, by investing in non-coffee related products, most notably, music, Starbucks was thought to be diluting its brand in the eyes of the public. By 2008, Starbucks was on the verge of the financial collapse and its stock price was descending. Some analysts predicted that the coffee giant would fade away in some time. In an effort to stay afloat, the once seemingly unstoppable coffee chain ended up closing more than 900 of its stores, and laying off a huge chunk of its workforce in the process.

At a time when cash strapped Americans were viewing coffee more and more as a commodity and increasingly turning to cheaper alternatives (eg: McDonald's), Starbucks needed a new game plan. They needed to convince folks that Starbucks was worth the extra cost.

So Starbucks hired an advertising agency BBDO to launch the multi-million dollar "Coffee value and values" campaign, the largest marketing campaign in Starbucks" history. The campaign made Starbucks coffee the star at the show once again. Thanks to this massive campaign that focused on the quality as its core product. Starbucks was able to reinvent, in brand as well as its business. In 2014, the Company reported more that \$ 16 billion in annual revenue.

Questions:-

- (a) What, according to you, were the reasons for the failure of earlier strategy of Starbucks?
  - (b) In your opinion, what other strategies could be used by Starbucks to connect with its customers to maintain long term relationship?
- 

[Turn Over]

वेळ: ३ तास

[ एकुण गुण:100 ]

- सूचना: १. प्रश्न क्रमांक १ अनिवार्य आहे.  
२. प्र. २ ते ८ ह्या प्रश्नांपैकी कोणत्याही चार प्रश्नांची उत्तरे लिहा.  
३. उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात  
४. इंग्रजी प्रश्न मूळ प्रमाण मानावेत.

१. खालील संकल्पना स्पष्ट करा. आठ ओळींपेक्षा जास्त नको (कोणत्याही पाच): २०
- (अ) अंतर्गत विपणन  
(ब) सेवा  
(क) ग्राहक मूल्य  
(ड) बोधनामांकन  
(इ) जागतिकीकरण  
(फ) विक्रेय वृद्धी  
(ग) बी टू बी  
(ह) व्यूहरचना
२. (अ) विपणनाची व्याख्या द्या. विपणनाची कार्य थोडक्यात स्पष्ट करा. १०  
(ब) सद्यस्थितीत भारतातील विपणन पर्यावरणावर जागतिकीकरणाचा झालेला परिणाम स्पष्ट करा. १०
३. (अ) वस्तू स्थान म्हणजे काय? वस्तुस्थानामधील पायऱ्या स्पष्ट करा. १०  
(ब) कोणत्या विपणन व्यूहरचना वस्तू आयू चक्राच्या वाढत्या पायरीवर योग्य असतात. १०
४. (अ) वृद्धी मिश्रण म्हणजे काय? वृद्धी मिश्रणातील उद्दिष्ट्ये स्पष्ट करा. १०  
(ब) वस्तू किंमत निर्धारणवर प्रभाव टाकणारे घटक स्पष्ट करा. १०
५. (अ) संघटनेय विक्रेय पूर्वानुमानाचे महत्त्व विशद करा. १०  
(ब) ग्राहक खरेदी वर्तणुकीवर प्रभाव टाकणारे घटक स्पष्ट करा. १०
६. (अ) ग्रामीण विभागात विपणनकर्त्याला कोणत्या आव्हानांचा सामना करावा लागतो? १०  
(ब) मायकल पॉर्टर यांचे उद्योग प्रलोभन प्रतिकृतीवर तपशील वर्णन करा. १०

[Turn Over]

७. खालीलपैकी कोणत्याही दोहोंवर टीप लिहा:-

२०

- (अ) सेवांचे वैशिष्ट्ये
- (ब) ई- विपणन
- (क) बांधणीकरणाचे महत्व
- (ड) वस्तू निष्क्रयता/ अपयश
- (इ) बी.सी.जी प्रतिकृती

८. वस्तूनिष्ठ अभ्यास:-

२०

सन २००० च्या सुरुवाती पासून स्टारबक्स हे त्यांच्या स्थानांकरिता आणि उत्पादनाच्या ऑफर साठी जोमाने विस्तारित झाले होते. तसेच शेजारचे कॉफी घर असे काही विश्वासु कॉफी पिणाऱ्या चाहत्यांची एक साखळी तयार झाली होती पण स्टार बक्स च्या जोमाने चाललेल्या विस्ताराच्या बरोबर त्यांच्या सेवेच्या गुणवतेशी ते सामना करू शकले नाहीत. स्टार बक्स च्या मतानुसार त्याची प्रत/व्यापार चिन्ह हे जनतेच्या नजरेत चांगले असण्याचे कारण हे होते कि त्यांनी कॉफी व्यतिरिक्त कॉफीच्या संदर्भात नसलेली काही उत्पादन विषेशतः उल्लेखनीय रितीने त्यांचे संगीत होते. सन २००८ पर्यंत स्टार बक्स हे आर्थिक रित्या खाली पडण्याच्या कोसळण्याच्या टोकावर होते आणि त्यांच्या(stock) साठाच्या किंमती उतरत चालल्या होत्या. काही विश्लेषकांनी अंदाज केला होता की काही काळातच कॉफीचे साम्राज्य नष्ट होऊन जाईल. या परिस्थितीत तरण्यासाठी, एकदा असे दिसून आले कि कधी ही न थांबणारी कॉफीच्या साखळीने त्यांचे जवळ जवळ ९०० दुकाने बंद केली आणि ह्या प्रक्रिये मध्ये कामावर असलेल्या प्रचंड/ मोठ्या वर्गाला काढून टाकण्यात आले. एकेकाळी अमेरिकनस ची रोख निकड म्हणून कॉफीला खुप खुप उपयुक्त वस्तु पाहत होते तेच स्वस्त पर्याय म्हणुन मॅक डॉनलस कडे प्रचंड प्रमाणात ओढा वाढु लागला म्हणून स्टारबक्स साठी नविन योजनेची गरज होती आणि त्यासाठी लोकांना हे समजवणे गरजेचे होते की स्टार बक्स हे अतिरिक्त खर्चासाठी का योग्य आहे.

म्हणुन स्टार बक्स ने ' BBDO ' नामक जाहीरात संस्था ला नियुक्त करून 'कॉफीचे मुल्य आणि मुल्ये' नावाची मल्टी दशलक्ष डॉलर ची मोहीम सुरु केली, ही स्टार बक्स च्या इतिहासातील सर्वात मोठी विपणन शास्त्रातील मोहिम होती. ह्या मोहीम ने स्टार बक्स कॉफीला पुन्हा एकदा प्रदर्शनाचा तारा बनवला या भव्य मोहीमेने स्टार बक्स ची अत्यंत महत्वाची गुणवत्ता आणि कॉफी यावर लक्ष केंद्रित करून स्टारबक्सच्या प्रत आणि व्यापाराला पुन्हा एकदा समोर आणले होते. सन २०१४ मध्ये कंपनी च्या अहवालात १६ बिलीयन डॉलर पेक्षा जास्त वार्षिक महसुल दाखवला.

- (१) तुमच्या मतानुसार स्टार बक्स ची पहिली धोरने अपयशस्वी होण्याची कारणे कोणती ?
- (२) तुमच्या मते स्टारबक्स ने कोणती नवीन धोरणे वापरली पाहीजेत जेणे करून स्टारबक्स आपल्या ग्राहकाशी संबंध जोडू शकेल आणि दिर्घकालीन संबध स्थापित करेल.