

[This question paper contains 8 printed pages.]

9991A

Your Roll No.....

M.Com./I

B

Course 418 – Marketing Management

(Admissions of 2004 and onwards)

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 75

(Write your Roll No. on the top immediately
on receipt of this question paper.)

Note :- The maximum marks printed on the question paper are applicable for the candidates registered with the School of Open Learning. These marks will, however, be scaled down proportionately in respect of the students of regular colleges, at the time of posting of awards for compilation of result.

नोट :- प्रश्न-पत्र पर अंकित पूर्णांक 'स्कूल ऑफ ओपन लर्निंग' में प्रवेश प्राप्त छात्रों के लिए मान्य हैं। नियमित विद्यार्थियों के लिए इन अंकों का समानुपातिक पुनर्निर्धारण परीक्षाफल तैयार करते समय किया जाएगा।

Note :- Answers may be written either in English or in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

टिप्पणी :- इस प्रश्नपत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

Attempt all questions. All questions carry equal marks. All the parts of a question should be attempted at one place.

P.T.O.

1. Briefly explain any **three** of the following :
- (a) "Smart marketers look beyond the attributes of the products and services they sell". Explain.
- (b) Discuss how the digital age has provided marketers with exciting new ways to learn about and track customers and tailor products to serve individual customer needs ?
- (c) "Marketers are always trying to spot cultural shifts in order to discover new products that might be wanted". Comment about the statement highlighting the role of culture in consumer behaviour ?
- (d) Explain word-of-mouth influence and buzz marketing used by the marketer to reach opinion leaders ?
- (e) "New product development starts with an idea generation". Discuss. (3×5=15)

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन की संक्षेप में व्याख्या कीजिए :

- (क) "चतुर विपणनकर्ता उन उत्पादों की विशेषताओं और सेवाओं के परे देखते हैं जिन्हें वे बेचते हैं।" व्याख्या कीजिए।
- (ख) विवेचन कीजिए कि किस प्रकार डिजिटल काल ने विपणनकर्ताओं को ग्राहकों के बारे में जानने और उन्हें पहचानने के उत्तेजक नए तरीकों और उत्पादों को व्यक्ति ग्राहक की जरूरतों को पूरा करने के अनुसार ढालने के तरीके प्रदान किए हैं।

- (ग) "विपणनकर्ता सदैव सांस्कृतिक बदलावों को ढूँढ निकालने की कोशिश करते हैं ताकि उन नए उत्पादों की खोज कर सकें जिनकी आवश्यकता हो सकती है।" इस कथन पर टिप्पण कीजिए और ग्राहक-व्यवहार में संस्कृति की भूमिका को स्पष्ट कीजिए।
- (घ) मौखिक सूचना के प्रभाव की और राय देने वाले 'नेताओं' तक पहुँचने के लिए विपणनकर्ता द्वारा प्रयुक्त 'बज़ विपणन' की व्याख्या कीजिए।
- (ङ) "नए उत्पाद का विकास, विचार उत्पन्न होने के साथ शुरू होता है।" विवेचन कीजिए।

2. (a) Diagrammatically explain the Product life cycle (PLC)? What are the marketing strategies to be adopted by a firm in the growth stage of the PLC? (8)
- (b) Explain how channel members add value for manufacturers and consumers? (7)

OR

- (a) Contrast the selling concept with marketing concept? Why is the societal marketing concept considered as the best orientation to be used by the marketers? (8)

(b) What are the various stages which consumers go through while adopting a new product? Also explain the difference between innovators and laggards as they adopt a new product? (7)

- (क) आरेखीय रूप में उत्पाद जीवन चक्र (PLC) की व्याख्या कीजिए। PLC की वृद्धि वाली अवस्था में फर्म द्वारा अपनाई जाने वाली विपणन रणनीतियाँ क्या हैं ?
- (ख) निर्माण और निर्माणकर्ताओं और उपभोक्ताओं के लिए सरणि के सदस्य किस प्रकार मूल्यों को बढ़ाते हैं, व्याख्या कीजिए।

अथवा

- (क) विपणन संकल्पना से विक्रय संकल्पना में अंतर बताइए। सामाजिक विपणन संकल्पना को किस कारण विपणनकर्ताओं द्वारा प्रयुक्त सर्वोत्तम अभिविन्यास के रूप में माना जाता है ?
- (ख) वे कौनसी विभिन्न अवस्थाएँ हैं जिनमें होकर उपभोक्ता गुजरता है जब वह नए उत्पाद को अपनाता है। साथ ही नए उत्पाद को अपनाते समय नवोत्पादकों और मंदबुद्धियों के बीच अंतर की भी व्याख्या कीजिए।
3. (a) What is a product? Explain the various levels of products and services? Also through suitable examples mention the width, length, depth and consistency of a product mix? (8)

- (b) How does motivation and perception influence a person's buying choices ? (7)

OR

- (a) Explain the major basis of segmenting the following products :

- Insurance Policy
- Two-wheelers for women
- Adventure sports
- Automobile tyres (8)

- (b) "Poorly designed packages can cause headaches for consumers and lost sales for the company". Explain. (7)

(क) उत्पाद किसे कहते हैं ? उत्पादों और सेवाओं के विभिन्न स्तरों की व्याख्या कीजिए। साथ ही उपयुक्त उदाहरणों के ज़रिए उत्पाद मिश्र की चौड़ाई, लंबाई, गहराई और संसक्ति का उल्लेख कीजिए।

(ख) अभिप्रेरण और प्रत्यक्षण किस प्रकार व्यक्ति की क्रय-पसंदों को प्रभावित करते हैं।

अथवा

(क) निम्नलिखित उत्पादों के खंडीकरण के प्रमुख आधार की व्याख्या कीजिए :

- बीमा पॉलिसी
- महिलाओं के लिए दुपहिए
- जौखिम वाले खेल-कूद
- मोटर टायर

(ख) “खराब डिज़ाइन वाले पैकेज, उपभोक्ताओं के लिए सिरदर्द पैदा कर सकते हैं और कंपनी के लिए बिक्री अभाव।” व्याख्या कीजिए।

4. (a) “When putting the message together, the marketing communicator must decide what to say (message content) and how to say it (message structure and format)”. Explain. (8)
- (b) Define market skimming and market penetration pricing policy used by companies to launch new products in the market? (7)

OR

- (a) “An aware consumer is an asset to any society.” Explain the statement highlighting about the steps taken by government to protect Indian consumers? (7)
- (b) Discuss the nature and importance of marketing logistics and integrated supply chain management? (8)

- (क) "संदेशों को एक साथ रखते समय विपणन-संप्रेषक को यह तय कर लेना चाहिए कि क्या कहना है (संदेश का ब्यौरा) और किस प्रकार कहा जाए (संदेश की संरचना और फॉर्मेट)।" व्याख्या कीजिए।
- (ख) बाजार में नए उत्पाद को उतारने के लिए कंपनी द्वारा प्रयुक्त बाजार को सरसरी निगाह से देखना और बाजार अंतःप्रवेशी कीमत-निर्धारण नीति की परिभाषा दीजिए।

अथवा

- (क) "जागरूक उपभोक्ता किसी भी समाज के लिए एक परिसंपत्ति है।" इस कथन की व्याख्या, सरकार द्वारा भारतीय उपभोक्ताओं की सुरक्षा के लिए उठाए गए कदमों को स्पष्ट करते हुए कीजिए।
- (ख) विपणन संभार तंत्र और समेकित पूर्ति भ्रंशिता प्रबंध के स्वरूप और महत्त्व की विवेचना कीजिए।

5. Write short notes on any two :

- (a) Promotion Scene in India
- (b) Rural Marketing in India
- (c) Service Marketing in India
- (d) Integrated Marketing Communication (15)

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) भारत में प्रवर्तन दृश्य

(ख) भारत में ग्रामीण विपणन

(ग) भारत में सेवा - विपणन

(घ) समाकलित विपणन संप्रेषण