

This question paper contains 4+1 printed pages]

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 6653

Unique Paper Code : 62411105

FC

Name of the Paper : Marketing Management

Name of the Course : B.A. (P), CBCS Advertising, Sales Promotion and Sales
Management

Semester : I

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

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

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए ।)

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

टिप्पणी : इस प्रश्न-पत्र 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.

सभी प्रश्न कीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

1. (a) Distinguish between marketing concept and selling concept. Support your answer with some Indian examples. 7

(b) What is marketing mix ? Explain its main components. 3+5

P.T.O.

(क) विपणन संकल्पना और विक्रय संकल्पना में विभेद कीजिए। कुछ भारतीय उदाहरणों से अपने उत्तर की पुष्टि कीजिए।

(ख) विपणन मिश्र क्या है ? इसके प्रमुख घटकों को स्पष्ट कीजिए।

Or

(अथवा)

(a) Differentiate between needs, wants and demand. 5

(b) Explain the nature and importance of marketing in today's world. 5

(c) Explain the concept of satisfaction. 5

(क) आवश्यकताओं, इच्छाओं और माँग में विभेद कीजिए।

(ख) आज के संसार में विपणन की प्रकृति और महत्त्व को स्पष्ट कीजिए।

(ग) संतुष्टि की संकल्पना को स्पष्ट कीजिए।

2. Analyze the main determinants of micro and macro-marketing environment. Explain the significance of marketing environment in Indian context. 15

बृहत् और सूक्ष्म विपणन परिवेश के मुख्य निर्धारकों का विश्लेषण कीजिए। भारतीय संदर्भ में विपणन परिवेश के महत्त्व को स्पष्ट कीजिए।

Or

(अथवा)

(a) What is meant by Product Positioning ? Discuss the major bases of positioning a product ? 3+5

(b) Differentiate between a segment and a niche. Suggest suitable bases to segment markets for the following products : 3+4

(i) Mobile Phones

(ii) Fashion footwear.

(क) उत्पाद स्थितीयन से क्या अभिप्राय है ? उत्पाद के स्थितीयन के प्रमुख आधारों का विवेचन कीजिए।

(ख) Segment और niche में विभेद कीजिए। निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजारों के विखंडन के उपयुक्त आधार सुझाइए :

(i) मोबाइल फोन

(ii) फैशन फुटवीयर।

3. What is product mix ? Explain, with examples, the width, depth and consistency dimensions of product mix ? 3+12

उत्पाद मिश्र क्या है ? उत्पाद मिश्र के विस्तार, गहनता और संगति आयामों को सोदाहरण स्पष्ट कीजिए।

Or

(अथवा)

(a) Discuss the meaning of the term product in the context of marketing. 5

(b) Explain the concept of Product life cycle (PLC) with diagram. What are the main features of different stages of PLC ? 5+5

(क) विपणन के संदर्भ में उत्पाद पद के अर्थ का विवेचन कीजिए।

(ख) उत्पाद जीवन-चक्र की संकल्पना को आरेख से स्पष्ट कीजिए। उत्पाद जीवन-चक्र के विभिन्न चरणों की मुख्य विशिष्टताएँ क्या हैं ?

4. Write notes on any three :

3×5

- (i) Follow the leader pricing
- (ii) Discrimination or dual pricing
- (iii) Market skimming pricing
- (iv) Leader pricing
- (v) One price *versus* variable pricing
- (vi) Psychological pricing

किन्हीं तीन पर टिप्पणियाँ लिखिए—

- (i) नेतृत्व अनुगमन कीमत निर्धारण
- (ii) विभेदन अथवा द्विविध (दोहरा) कीमत निर्धारण
- (iii) बाजार स्किमिंग कीमत निर्धारण
- (iv) नेतृत्व कीमत निर्धारण
- (v) एक कीमत बनाम परिवर्ती कीमत निर्धारण
- (vi) मनोवैज्ञानिक कीमत निर्धारण।

Or

(अथवा)

Discuss various factors affecting the price determination of a product. 15

उत्पाद के कीमत निर्धारण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए।

5. (a) Discuss the concept of intensive, selective and exclusive distribution in the context of intensity of distribution. 10

(b) Discuss the meaning and advantages of advertising. 5

(क) वितरण की गहनता के संदर्भ में गहन चयनात्मक और अन्य वितरण की संकल्पना का विवेचन कीजिए।

(ख) विज्ञापन के अर्थ और लाभों का विवेचन कीजिए।

Or

(अथवा)

(a) Discuss the nature and significance of channel decisions in marketing a product. 10

(b) Explain personal selling as a tool of promotion-mix. 5

(क) उत्पाद के विपणन में सरणि निर्णयों की प्रकृति और महत्त्व का विवेचन कीजिए।

(ख) संवर्धन मिश्र के उपकरण के तौर पर वैयक्तिक विक्रय को स्पष्ट कीजिए।