

This question paper contains 4 printed pages]

Roll No.

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

S. No. of Question Paper : 6652

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 प्रश्नों के उत्तर दीजिये ।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

I. "Marketing is a multiplier of economic development." Discuss the statement, explaining the role of marketing as an instrument of economic development in a developing country like India. 15

“विपणन आर्थिक विकास का गुणक है ।” भारत जैसे विकासशील देश में आर्थिक विकास के उपकरण के तौर पर विपणन की भूमिका को स्पष्ट करते हुए इस कथन का विवेचन कीजिए ।

P.T.O.

Or

(अथवा)

(a) What is marketing myopia ? Give reasons. 5

विपणन अदूरदर्शिता (मायोपिया) क्या है ? कारण बताइए ।

(b) "The main task of a marketer is management of demand." Discuss. 10

विपणनकर्ता का मुख्य कार्य मांग का प्रबंधन है । विवेचन कीजिए ।

2. What is meant by market segmentation ? What could be the suitable bases for segmenting the market for the following products : (i) toothpaste, (ii) car, (iii) shoes, (iv) diamond jewellery. Justify your answer. 5+10

बाजार विखंडीकरण से क्या अभिप्राय है ? निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजार के विखंडीकरण के उपयुक्त आधार क्या हो सकते हैं : (i) टूथपेस्ट, (ii) कार, (iii) जूते, (iv) हीरों के गहने । अपने उत्तर का औचित्य सिद्ध कीजिए ।

Or

(अथवा)

What is target market ? What are the essential requisites for effective market segmentation ? 5+10

लक्ष्य बाजार क्या है ? प्रभावी बाजार विखंडन की अनिवार्य अपेक्षाएँ क्या हैं ?

3. (a) What are the various levels of product ? 7

उत्पाद के विभिन्न स्तर क्या हैं ?

(b) Explain classification of consumer products on the basis of : 8

(i) durability and tangibility and

(ii) shopping efforts.

(i) टिकाऊपन और सुनिश्चितता तथा

(ii) खरीदारी प्रयासों

के आधार पर उपभोक्ता उत्पादों के वर्गीकरण को स्पष्ट कीजिए ।

Or

(अथवा)

- (a) What is Branding ? What are the brand decisions, a marketer must take before a product is offered to the target market ? 4+6

ब्रांड निर्धारण (Branding) क्या है ? लक्ष्य बाजार में उत्पाद प्रस्तावित करने से पूर्व विपणनकर्ता को कौन-से ब्रांड संबंधी निर्णय लेने चाहिए ?

- (b) Write a short note on packaging and labeling. 5

पैकेज करने और लेबल करने पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए ।

4. Explain any two : 7.5+7.5

- (i) Penetration pricing vs. Market skimming pricing
(ii) Psychological pricing vs. Value pricing
(iii) Factors affecting price determination.

किन्हीं दो को स्पष्ट कीजिए :

- (i) Penetration pricing बनाम Market skimming pricing
(ii) मनोवैज्ञानिक कीमत निर्धारण बनाम मूल्य कीमत निर्धारण
(iii) कीमत निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारक ।

Or

(अथवा)

Explain the various pricing objectives adopted by marketers.

15

विपणनकर्ताओं द्वारा अपनाए जाने वाले विभिन्न कीमत निर्धारण उद्देश्यों को स्पष्ट कीजिए ।

P.T.O.

5. (a) Differentiate between advertising and sales promotion. 5
 विज्ञापन और विक्रय संवर्धन में विभेद कीजिए ।
- (b) List the factors to be taken care of while selecting a channel of distribution. 10
 वितरण सरणि का चयन करते समय ध्यान में रखे जाने वाले कारकों को सूचीबद्ध कीजिए ।

Or

(अथवा)

- (a) What do you understand by middlemen ? Discuss different types of middlemen and their functions. 2+8
 बिचौलियों से आप क्या समझते हैं ? विभिन्न प्रकार के बिचौलियों और उनके प्रकारों का विवेचन कीजिए ।
- (b) Explain briefly the various tools of promotion used by a marketer. 5
 विपणनकर्ता द्वारा प्रयुक्त विभिन्न संवर्धन उपकरणों को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए ।