

This question paper contains 6 printed pages.]

5522

Your Roll No.

B.A. (Prog.) / I Sem.

B

(A)

**ADVERTISING, SALES PROMOTION AND
MANAGEMENT**

Paper A : Marketing Management

(Admissions of 2011 and onwards)

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 75

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

*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 दीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

[P.T.O.]

1. Give short answers to any five of the following :-

- (i) Define societal marketing orientation.
- (ii) What is marketing myopia ?
- (iii) Define wholesaling with examples ?
- (iv) What are the 4p's of marketing-mix ?
- (v) Explain the concept of product width.
- (vi) How can a manufacturer provide after sale service to the consumers ?
- (vii) What is going rate or competition pricing ? 5×3

निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच के संक्षिप्त उत्तर दीजिए :

- (i) सामाजिक विपणन अभिविन्यास की परिभाषा दीजिए।
- (ii) विपणन निकटदृष्टिता क्या होती है ?
- (iii) थोक विक्रय की उदाहरण देकर परिभाषा दीजिए।
- (iv) विपणन मिश्र के 4Ps कौन से हैं ?
- (v) उत्पाद-चौड़ाई की संकल्पना की व्याख्या कीजिए।
- (vi) निर्माता किस प्रकार उपभोक्ता को विक्रयोत्तर सेवा दे सकता है ?
- (vii) चालू दर अथवा प्रतिस्पर्धा कीमत निर्धारण क्या है ?

2. Attempt any two of the following : 15

- (i) "Consumer is the most important visitor on our premises. He is not an interruption in our work rather, he is the purpose of it. We are not doing him a favour by serving him, rather he is doing us a favour by letting

us serve him." What are the implications of this statement for today's marketers in designing customer-driven marketing strategies ?

- (ii) Differentiate between the micro and macro level environmental variables.
- (iii) "The job of the marketing is to make selling superfluous". Do you agree with the statement? Explain giving the difference between the concept of marketing & selling.

निम्नलिखित में से किन्हीं दो को कीजिए :

- (i) उपभोक्ता हमारे परिसर में आने वाला सबसे महत्वपूर्ण आगन्तुक होता है। वह हमारे काम में रुकावट नहीं डालता बल्कि वह हमारे काम का उद्देश्य है। हम उसे सेवा प्रदान कर कोई अहसान नहीं करते बल्कि वह हमें उसकी सेवा करने का अवसर देकर हम पर अहसान करता है। ग्राहक द्वारा चलाई जाने वाली विपणन सम्बन्धी कूटनीतियों को डिजाइन करने में आज के विपणनकर्त्ता के लिए इस कथन के निहितार्थ क्या हैं ?
- (ii) सूक्ष्मस्तरीय और बृहत् स्तरीय पर्यावरण परिवर्तियों में अंतर बताइए।
- (iii) "विपणन का कार्य विक्रय को फालतू बना देना है।" क्या आप इस कथन से सहमत हैं ? विपणन और विक्रय की संकल्पना में अंतर बताते हुए व्याख्या कीजिए।

3. What is market segmentation ? Why is it required ?

Explain the various bases of segmentation with examples.

15

or

What are the various factors which are taken into account while determining the price of the product ?

15

बाजार खंडीकरण क्या होता है ? इसकी आवश्यकता क्यों होती है ? खंडीकरण के विभिन्न आधारों की उदाहरण देकर व्याख्या कीजिए।

अथवा

उत्पाद की कीमत निर्धारित करते समय कौन से विभिन्न कारकों को ध्यान में रखना पड़ता है ?

4. Attempt any **three** of the following -

3×5

- (i) Define the concept of product. Also explain the various levels of a product with diagram.
- (ii) Differentiate between the convenience goods and the speciality goods.
- (iii) Define the concept of product positioning in consumer goods market.
- (iv) "A package acts as a silent salesman", do you agree with the statement. Why ?
- (v) Differentiate between product-mix and product line.

निम्नलिखित में से कोई तीन कीजिए :

- (i) उत्पाद की संकल्पना की परिभाषा दीजिए। साथ ही आरेख बनाकर उत्पाद के विभिन्न स्तरों की व्याख्या कीजिए।
- (ii) सुविधा वस्तुओं और विशेषज्ञ वस्तुओं में अंतर बताइए।
- (iii) उपभोक्ता वस्तु बाजार में उत्पाद को स्थापित करने की संकल्पना की परिभाषा दीजिए।
- (iv) “पैकेज एक मूक बिक्रीकर के रूप में कार्य करता है” ? क्या आप इस कथन से सहमत हैं और क्यों ?
- (v) उत्पाद मिश्र और उत्पाद लाइन में अन्तर बताइए।

5.

- (a) Explain the concept of channels of distribution & its importance. 7½
- (b) What is cost-plus pricing ? Explain merits and demerits of this pricing methods ? 7½

or

- (a) Why is promotion important in today's world ? What are the various tools used to promote a consumer product in the market ? 7½
- (b) Differentiate between multiple chain stores and departmental stores. 7½
- (क) वितरण की सारणियों की संकल्पना की व्याख्या कीजिए और इसका महत्व बताइए।

(ख) लागत-प्लस कीमत निर्धारण क्या होता है ? कीमत निर्धारण की इस विधि के गुणों और अवगुणों की व्याख्या कीजिए।

अथवा

(क) आज के विश्व में संवर्धन क्यों महत्वपूर्ण है ? बाजार उपभोक्ता उत्पाद को बढ़ाने के लिए प्रयुक्त विभिन्न उपकरण क्या हैं ?

(ख) बहु-शृंखला भण्डार और विभागीय स्टोर में अंतर बताइए।