

This question paper contains 7 printed pages.

5522-A

Your Roll No.

B.A. Prog. / I Sem.

B

**ADVERTISING, SALES PROMOTION AND
MANAGEMENT**

Paper A— 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:— *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.*

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. (a) Explain the various stages or concepts through which marketing has evolved over the years.

P. T. O.

पिछले वर्षों में विपणन के विकास की विभिन्न अवस्थाओं और संकल्पनाओं की व्याख्या कीजिए। 10

- (b) Explain the concept of marketing mix for introducing a new luxury car in the market.

बाज़ार में नई विलास कार के प्रवर्तन के लिये विपणन मिश्र की संकल्पना की व्याख्या कीजिए। 5

Or (अथवा)

- (a) "Marketing is an indispensable tool to fight competition prevailing in the market." Do you agree? Explain, giving the significance of marketing for producers and consumers.

"विपणन, बाज़ार में प्रतिस्पर्धा को दूर करने का एक अपरिहार्य उपकरण है।" क्या आप इससे सहमत हैं? उत्पादकों और उपभोक्तकों के लिए विपणन के महत्त्व को बताते हुए व्याख्या कीजिए। 10

- (b) Differentiate between the concepts of marketing and selling.

विपणन की संकल्पना और बिक्री करने में अंतर बताइए। 5

2. Attempt any *three* of the following:

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन को कीजिए :

- (i) Explain the influence of demographic factors for marketing of consumer products.

उपभोक्ता उत्पादों के विपणन में जनांकिकीय कारकों के प्रभाव की व्याख्या कीजिए।

- (ii) How does the legal and political environment of a country affect the marketers for various consumer goods?

देश का विधिक और राजनीतिक पर्यावरण किस प्रकार विभिन्न उपभोक्ता वस्तुओं के विपणनकर्ताओं को प्रभावित करता है ?

- (iii) What are the merits and limitations of cost-plus pricing method for setting base price?

आधार-कीमत को तय करने के लिए लागत-प्लस कीमत निर्धारण विधि की अच्छाइयों और सीमाओं को बताइए।

- (iv) Explain the various benefits of segmenting the market.

बाजार खंडीकरण के विभिन्न लाभों की व्याख्या कीजिए।

- (v) Why is it important to position the product carefully in the minds of consumers? Explain by listing three positioning strategies used by marketers of consumer goods.

उपभोक्ताओं के दिमाग में ध्यानपूर्वक उत्पाद को प्रविष्ट कर देना क्यों महत्त्वपूर्ण है? प्रविष्ट करने की तीन कूटनीतियों को बताइए जिनका उपभोक्ता वस्तुओं का विपणनकर्ता प्रयोग करता है।

3×5

3. (a) Discuss the factors which are taken into account while determining the price of a product.

उत्पाद की कीमत निर्धारित करते समय जिन कारकों को ध्यान में रखना चाहिए उनकी विवेचना कीजिए।

10

- (b) Which of the two pricing strategies— penetration and skimming— is better for pricing a new home security system and a new improved mobile phone in the market?

अंतःप्रदेशी और स्किमिंग जैसी दो कीमत निर्धारण कूटनीतियों में से कौनसी बाज़ार में नई गृह सुरक्षा प्रणाली और नए सुधारे हुए मोबाइल फ़ोन की कीमत निर्धारित करने के लिए बेहतर है?

5

Or (अथवा)

What is product life cycle (PLC) ? Draw a neatly labelled diagram and explain the various pricing and promotional strategies suitable for various PLC stages.

उत्पाद जीवन चक्र (PLC) क्या होता है? एक स्पष्ट रूप में नामांकित आरेख खींचिए और विभिन्न PLC अवस्थाओं के लिए उपयुक्त कीमत-निर्धारण और संवर्धनात्मक कूटनीतियों की व्याख्या कीजिए।

15

4. (a) What is a product? Describe various levels of product with examples.

उत्पाद क्या होता है? उदाहरण देकर उत्पाद के विभिन्न स्तरों का वर्णन कीजिए।

10

- (b) "Branding is a useful tool both for consumers and manufacturers." Discuss the statement.

"ब्रांडिंग उपभोक्ताओं और निर्माताओं दोनों के लिए उपयोगी उपकरण है।" इस कथन की विवेचना कीजिये।

5

Or (अथवा)

- (a) Explain the concept of product length, width and depth with examples.

उत्पाद की लम्बाई, चौड़ाई और गहराई की संकल्पना की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 5

- (b) Define the *four* types of consumer goods with example such as convenience, shopping, speciality and unsought goods.

उपभोक्ता वस्तुओं की चार किस्मों की उदाहरण के साथ परिभाषा दीजिए जैसे सुगमता, खरीददारी, विशेषता और न चाहिए वाली वस्तुएँ। 5

- (c) "Poorly designed packages can cause headaches for consumers and lost sales for the company." Define importance of packaging in marketing.

"खराब तरीके से डिज़ाइन किए गए पैकेजों से उपभोक्ता के सिरदर्द हो जाता है और कंपनी की बिक्री घटती है।" विपणन में पैकेजिंग के महत्त्व को बताइए। 5

5. (a) What do you mean by channels of distribution? What channel of distribution would you institute for marketing the following:

(i) Packaged juices

(ii) An industrial chemical

(iii) A computer printer?

वितरण की सरणियों के बारे में आप क्या जानते हैं? निम्नलिखित के विपणन के लिए आप वितरण की किस सरणी को लागू करेंगे?

(i) पैक किए गए रस

(ii) औद्योगिक रसायन

(iii) कम्प्यूटर प्रिंटर।

7,3

(b) Explain any *two* tools of promotion mix.

संवर्धन मिश्र के किन्हीं दो उपकरणों की व्याख्या कीजिए। 5

Or (अथवा)

(a) Discuss the various factors you would like to consider for selecting the channels of distribution for a consumer product which is sold all over India.

उपभोक्ता उत्पाद के लिए, जिसे संपूर्ण भारत में बेचा जाता है, वितरण की सरणियों को चुनने के लिए आप कौनसे विभिन्न कारकों को ध्यान में रखेंगे, विवेचन कीजिए। 8

(b) Define the concept of promotion. Suggest a suitable promotional mix for:

(i) New luxury furniture

(ii) A new improved breakfast cereal

(iii) A medicine to cure cancer.

संवर्धन की संकल्पना की परिभाषा दीजिए। निम्नलिखित के लिए उपयुक्त संवर्धनात्मक मिश्रण का सुझाव दीजिए—

- (i) नया विलासी फर्नीचर
- (ii) नया सुधारा गया नाश्ते का सीरियल
- (iii) कैंसर को ठीक करने की दवा।

4,3

