

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 5152

D

Your Roll No.....

Unique Paper Code : 241151

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

Name of the Paper : Marketing Management

Semester : I

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt all questions.
3. All questions carry equal marks.
4. All parts of a question should be answered together.
5. Answers may be written in Hindi or English but the same medium should be followed throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
4. प्रश्न के सभी भागों का उत्तर एक सार होना चाहिए।
5. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) "Modern marketing is consumer driven." Comment. (8)

(b) Bring out the difference between marketing and selling. (7)

OR

(a) Define marketing environment. Why should a marketer be sensitive to the marketing environment? (8)

P.T.O.

(b) What are the components of marketing mix of a business firm ? Why is it important to have a right marketing mix ? (7)

(क) "आधुनिक विपणन, उपभोक्ता द्वारा चलाया जाता है।" टिप्पणी कीजिए।

(ख) विपणन और बिक्री करने में अंतर स्पष्ट कीजिए।

अथवा

(क) विपणन पर्यावरण की परिभाषा दीजिए। क्या कारण है कि विपणकर्ता को विपणन पर्यावरण के प्रति संवेदनशील होना चाहिए ?

(ख) व्यावसायिक फर्म के विपणन मिश्र के घटक कौनसे हैं ? सही विपणन मिश्र का प्रयोग क्यों महत्त्वपूर्ण है ?

2. (a) Explain the concept and benefits of market segmentation with the help of suitable examples. (8)

(b) Discuss the various bases of market segmentation giving their suitability. (7)

OR

(a) "Market segmentation and product positioning are the foundations of sound market planning." Comment. (8)

(b) Explain the concept of targeting. Briefly discuss the strategies of targeting. (7)

(क) बाज़ार खंडीकरण की संकल्पना और लाभों की उपयुक्त उदाहरण देकर व्याख्या कीजिए।

(ख) बाज़ार खंडीकरण के विभिन्न आधारों की विवेचना कीजिए और उनकी उपयुक्तता को बताइए।

अथवा

(क) "बाज़ार खंडीकरण और उत्पाद का स्थान निर्धारित करना सुदृढ़ बाज़ार आयोजन के आधार है।" टिप्पणी कीजिए।

(ख) लक्ष्य-निर्धारण की संकल्पना की व्याख्या कीजिए। लक्ष्य-निर्धारण की रणनीतियों की विवेचना कीजिए।

3. (a) Discuss the importance of channels of distribution in the marketing of goods. What services are provided by the retailers to their customers ? (8)
- (b) What is branding ? What are the branding decisions a company must take before offering its product to the target market ? (7)

OR

- (a) Explain the various stages of Product Life Cycle of a product with the help of a diagram. (8)
- (b) What is packaging ? What are the essentials of a good package ? (7)
- (क) वस्तुओं के विपणन में वितरण सरणियों के महत्त्व की विवेचना कीजिए। खुदरा व्यापारियों द्वारा उनके ग्राहकों को किस प्रकार की सेवाएँ प्रदान की जाती हैं ?
- (ख) ब्रांड नाम देना क्या है ? लक्ष्य बाज़ार में अपने उत्पाद को प्रवर्तित करने से पूर्व कंपनी को ब्रांड आय देने के लिए कौनसे निर्णय लेने होते हैं ?

अथवा

- (क) उत्पाद के उत्पाद जीवन चक्र की विभिन्न अवस्थाओं की व्याख्या आरेख की मदद से कीजिए।
- (ख) पैकेजिंग किसे कहते हैं ? अच्छे पैकेज की अनिवार्य विशेषताएँ क्या हैं ?
4. (a) "Pricing is an important element of promotion mix of a business firm." Comment. (8)
- (b) What factors are considered by a marketer in determining the price of his product ? (7)

OR

- (a) What is penetration pricing ? How does it differ from skimming the cream pricing ? (8)
- (b) What is sales promotion ? Explain any five techniques of sales promotion used by modern business firms. (7)
- (क) कीमत-निर्धारण व्यावसायिक फर्म के संवर्धन मिश्र का एक महत्त्वपूर्ण तत्व होता है ?

(ख) विपणनकर्ता को अपने उत्पाद की कीमत निर्धारित करते समय किन कारकों को ध्यान में रखना चाहिए ।

अथवा

(क) अंतर्वेधी कीमत निर्धारण क्या होता है ? मलाई उतारने जैसी कीमत-निर्धारण विधि से यह किस प्रकार भिन्न है ?

(ख) बिक्री संवर्धन क्या है ? आधुनिक व्यावसायिक फर्मों द्वारा प्रयुक्त बिक्री संवर्धन की किन्हीं पाँच तकनीकों की व्याख्या कीजिए ।

5. Write short notes on any **three** of the following : (3x5)

(a) Selective and intensive distribution

(b) Direct marketing

(c) Marketing of services

(d) Societal marketing

(e) Classification of consumer goods

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) चयनात्मक और गहन वितरण

(ख) प्रत्यक्ष विपणन

(ग) सेवाओं का विपणन

(घ) सामाजिक विपणन

(ङ) उपभोक्ता वस्तुओं का वर्गीकरण