

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 5152-A 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) "Marketing is not merely selling." Examine this statement and bring out the difference between marketing and selling. (8)

- (b) Explain the importance of marketing in the present day world. (7)

OR

- (a) Explain the stages in the evolution of marketing concept. (8)

P.T.O.

(b) What are the components of marketing mix for services ? Explain in brief. (7)

(क) "विपणन मात्र बिक्री नहीं होता।" इस कथन की जाँच कीजिए और विपणन तथा बिक्री में अंतर बताइए।

(ख) वर्तमान विश्व में विपणन के महत्त्व की व्याख्या कीजिए।

अथवा

(क) विपणन संकल्पना के विकास की अवस्थाओं की व्याख्या कीजिए।

(ख) सेवाओं के लिए विपणन मिश्र के घटक कौनसे हैं ? संक्षेप में समझाइए।

2. (a) Discuss the demographic and technological environmental factors that affect the marketing decisions of business firms. (8)

(b) "Marketing segmentation helps the firm, to get customer focused." Explain this statement and suggest suitable bases to segment market for Cars or Airlines Travel. (7)

OR

(a) Briefly discuss the major bases of positioning a product while highlighting the importance of product positioning. (8)

(b) What is meant by Product Life Cycle (PLC) ? What are its various stages ? Explain the marketing strategies adopted in the maturity stage of PLC. (7)

(क) जनांकिकीय तथा प्रौद्योगिक पर्यावरणी कारकों की विवेचना कीजिए, जो व्यावसायिक फर्म के विपणन निर्णयों को प्रभावित करते हैं ?

(ख) "विपणन खंडीकरण ग्राहक को लक्ष्य बनाने में फर्म की मदद करता है।" इस कथन की व्याख्या कीजिए और कारों एयरलाइनों की यात्रा के लिए बाजार को खंडों में बाँटने के उपयुक्त आधार सुझाइए।

अथवा

(क) उत्पाद का स्थान तय करने के प्रमुख आधारों की संक्षेप में विवेचना कीजिए और उत्पाद का स्थान तय करने के महत्त्व को स्पष्ट कीजिए।

(ख) उत्पाद जीवन चक्र (PLC) से आप क्या समझते हैं ? इसकी विभिन्न अवस्थाएँ क्या हैं ? PLC की परिपक्वता अवस्था में अपनाई गई विपणन रणनीतियों की व्याख्या कीजिए ।

3. (a) What do you mean by Product Line ? With the help of an example of a multi-product company, explain the length and width of product mix. (8)
- (b) Explain the functions performed by packaging in the marketing of products. (7)

OR

- (a) Explain 'Skimming-the-cream' pricing and 'Penetration' pricing. Which of the pricing policy would you recommend for a new product ? Give reasons. (8)
- (b) What do you understand by branding ? What are the essentials of a good brand ? (7)

(क) उत्पाद पंक्ति से आप क्या समझते हैं ? बहुउत्पाद कंपनी के उदाहरण की मदद से उत्पाद मिश्र के विस्तार की व्याख्या कीजिए ।

(ख) उत्पादों के विपणन में पैकेजिंग के कार्यों की व्याख्या कीजिए ।

अथवा

(क) 'मलाई उतारने' के रूप में कीमत निर्धारण और अंतःप्रवेशी कीमत-निर्धारण की व्याख्या कीजिए । एक नए उत्पाद के लिए आप किस कीमत-निर्धारण नीति की सिफारिश करेंगे ? कारण प्रस्तुत कीजिए ।

(ख) ब्रांड नाम देने से आप क्या समझते हैं ? अनेक ब्रांड की अनिवार्य विशेषताएँ क्या हैं ?

4. (a) Explain the concept of sales promotion and highlight its significance in promoting a product ? (8)
- (b) What do you understand by channels of distribution ? Explain the functions performed by distribution middlemen. (7)

OR

(a) Distinguish between :

(i) Convenience products and shopping products

(ii) Advertising and personal selling (8)

(b) What factors affect a firm's pricing decisions ? Explain briefly. (7)

(क) एक उत्पाद का संवर्धन करने में बिक्री संवर्धन की संकल्पना की व्याख्या कीजिए और इसका महत्त्व स्पष्ट कीजिए ।

(ख) वितरण सरणियों से आप क्या समझते हैं ? विवरण के विचौलियों द्वारा निष्पादित कार्यों की व्याख्या कीजिए ।

अथवा

(क) अंतर बताइए :

(i) सुविधा उत्पाद और स्वरीदारी उत्पाद

(ii) विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री

(ख) फर्म के कीमत-निर्धारण निर्णयों को कौन से कारक प्रभावित करते हैं ? संक्षेप में व्याख्या कीजिए ।

5. Write short notes on any **three** of the following : (15)

(a) After sales service

(b) Importance of promotion in marketing

(c) Marketing of services

(d) Product and its various levels

(e) Door-to-door marketing

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) बिक्री के बाद सेवा

(ख) विपणन में संवर्धन का महत्त्व

(ग) सेवाओं का विपणन

(घ) उत्पाद और उसके विभिन्न स्तर

(ङ) द्वार-द्वार विपणन