

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 58 E Your Roll No.....

Unique Paper Code : 241151

Name of the Course : BA (Prog.) Advertising, Sales promotion and Sales Management

Name of the Paper : Marketing Management

Semester : I

Duration : 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.

**Section-A/खंड – क**

1. (a) What is marketing environment? Distinguish between macro and micro environment of a firm, giving suitable examples. (3+7)

विपणन पर्यावरण क्या होता है? एक फर्म के समष्टि और व्यष्टि पर्यावरण में अंतर बताइए और उपयुक्त उदाहरण दीजिए।

- (b) "Marketing begins before production and continues after sale." comment. (5)

“विपणन की शुरुआत उत्पादन से पहले होती है, और बिक्री के बाद तक जारी रहता है।” टिप्पणी कीजिए।

**OR/अथवा**

- (a) "There is only one valid definition of business purpose : to create and retain customers." Discuss this statement keeping in view the nature and purpose of marketing. (7.5)

P.T.O.

“व्यवसाय के उद्देश्य की केवल एक विधिसफल परिभाषा है : ग्राहकों का सृजन और प्रतिधारण।”  
इस कथन की विवेचना विभाजन के स्वरूप और उद्देश्य को ध्यान में रखकर कीजिए।

- (b) Discuss how economic and social environment are relevant to a marketer?  
(7.5)

विवेचन कीजिए कि किस प्रकार आर्थिक और सामाजिक पर्यावरण विपणनकर्ता के लिए संगत हैं?

### Section-B/खंड – ख

2. Explain various bases of positioning in detail with examples. (15)

स्थिति-निर्धारण के विभिन्न आधारों की उदाहरण देकर सविस्तार व्याख्या कीजिए।

OR/अथवा

Define segmentation. Suggest suitable bases to segment market for the following products: (i) smart phones (ii) air travel (iii) body lotions, and (iv) apparels.

(15)

खंडीकरण की परिभाषा दीजिए। निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजार के खंडीकरण के उपयुक्त आधार सुझाइए। (i) स्मार्ट फोन (ii) हवाई यात्रा (iii) बॉडी लोशन और (iv) परिधान।

3. Write short notes on any three (5+5+5)

(a) Product support services or after sale services

(b) Brand positioning

(c) Advantages of branding

(d) Concept of Product Life Cycle

(e) Concept of Product

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) उत्पाद समर्थन सेवा अथवा बिक्रयोत्तर सेवा

- (ख) ब्रांड की स्थिति का निर्धारण
- (ग) ब्रांडिंग के लाभ
- (घ) उत्पाद जीवन चक्र की संकल्पना
- (ङ) उत्पाद की संकल्पना

**Section-C/खंड - ग**

4. "Pricing is an important element of marketing mix of a company." Comment and briefly explain the various objectives of pricing policy. (15)

“कीमत निर्धारण कंपनी के विपणन मिश्र का महत्वपूर्ण भाग होता है।” टिप्पणी कीजिए और कीमत निर्धारण नीति के विभिन्न उद्देश्यों की संक्षिप्त में व्याख्या कीजिए।

**OR/अथवा**

- (a) What factors are considered by a marketer in determining the prices of his products? (7.5)

विपणनकर्ता अपने उत्पाद की कीमत निर्धारित करने के किन कारकों पर विचार करता है?

- (b) Discuss some of the consumer based pricing methods. (7.5)

उपभोक्ता आधारित कीमत निर्धारण विधियों में से कुछ की विवेचना कीजिए।

5. (a) Differentiate between: (5+5)

- (i) Wholesalers and retailers
- (ii) Selective distribution and Intensive distribution

निम्नलिखित में अंतर बताइए:

- (i) होलसेलर्स और रिटेलर्स
- (ii) चयनात्मक वितरण और गहन वितरण

- (b) Discuss the factors affecting promotion mix of a marketer. (5)

विपणनकर्ता के संवर्धन मिश्र को प्रभावित करने वाले कारकों की विवेचना कीजिए।

OR/अथवा

- (a) Discuss the various factors to be considered in choosing a channel of distribution. (10)

वितरण के चैनल को चुनने में विचारणीय विभिन्न कारकों की विवेचना कीजिए।

- (b) Differentiate between- (5)

- (i) advertising and public relations and  
(ii) advertising and personal selling.

निम्नलिखित में अंतर बताइए:

- (i) विज्ञापन और जनसंपर्क  
(ii) विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री