

[This question paper contains 6 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 5132

F

Your Roll No.....

Unique Paper Code : 241151

Name of the Paper : Marketing Management (ADV)

Name of the Course : BA (Prog.), Advertising, Sales Promotion and Sales 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.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used 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 प्रश्न कीजिए।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

SECTION A (खंड क)

1. (a) Critically examine the macro environmental variables that affect the decisions taken by marketing department of an organisation. (7.5)

P.T.O.

- (b) What is the significance of expanded marketing mix as opposed to traditional 4 P's ? Explain. (7.5)

OR

- (a) "Modern marketing is an integrated process of identification, assessment and satisfaction of human wants." Justify the statement. (7.5)
- (b) Why do marketers study environment ? From the following events in the environment, identify as to what kind of environment these belong to :
- (i) Per capita income of Indians is increasing.
- (ii) Smart phones are replacing desktops and laptops.
- (iii) The population of China is fast ageing.
- (iv) A higher number of females are reaching to top positions in corporate than before. (5.5+2)

- (क) समष्टि पर्यावरणी परिवर्तियों की आलोचनात्मक जाँच कीजिए जो संगठन के विपणन विभाग द्वारा लिए गए निर्णयों को प्रभावित करते हैं ।
- (ख) परंपरागत 4 Ps के विरुद्ध विस्तारित विपणन मिश्र का महत्त्व क्या है ? व्याख्या कीजिए ।

अथवा

- (क) "आधुनिक विपणन मानव इच्छाओं की पहचान करने, निर्धारण करने और संतुष्टि करने की समेकित प्रक्रिया है ।" इस कथन का औचित्य बताइए ।
- (ख) विपणनकर्ता पर्यावरण का अध्ययन क्यों करते हैं ? निम्नलिखित पर्यावरणी घटनाओं से पता लगाइए कि ये किस किस्म के पर्यावरण से संबंधित हैं :
- (i) भारतीयों की प्रति व्यक्ति आय बढ़ रही है ।

- (ii) स्मार्ट फोन डेस्कटॉपों और लैपटॉपों का प्रतिस्थापन कर रहे हैं ।
- (iii) चीन की आबादी तेजी से बढ़ रही है ।
- (iv) महिलाएँ पहले से अधिक संख्या में कंपनियों में शीर्ष के स्थानों पर पहुँच रही हैं ।

SECTION B (खंड ख)

2. What is market segmentation ? Why is it important for companies to segment their markets ? Should providers of public services like electricity segment their markets ? (5+5+5)

OR

Write short notes on any three :

- (i) Target marketing
- (ii) Differentiated marketing
- (iii) Concept of positioning
- (iv) Behavioural segmentation
- (v) Meaning of segmentation (3×5)

बाज़ार खंडीकरण क्या है ? कंपनियों के लिए अपने बाजारों को खंडों में बाँटना क्यों महत्त्वपूर्ण है ? क्या सार्वजनिक सेवाओं, जैसे बिजली, के प्रदाताओं को अपने बाजारों को खंडों में बाँटना चाहिए ।

अथवा

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (i) लक्ष्य विपणन
- (ii) विभेदित विपणन

(iii) स्थितिनिर्धारण की संकल्पना

(iv) व्यवहारपरक खंडीकरण

(v) खंडीकरण का अर्थ

3. (a) Explain the various brand decisions made by marketers. (6)
- (b) Explain classification of consumer products on the basis of (i) durability and tangibility and (ii) shopping efforts. (6)
- (c) Explain the marketing strategies adopted in the maturity stage of PLC. (3)

OR

- (a) What do you understand by product-mix ? With the help of an example of a multi-product company, explain width, length, depth and consistency of product-mix. (10)
- (b) Write a note on product classification. (5)

(क) विपणनकर्ताओं द्वारा किए गए विभिन्न ब्रांड निर्णयों की व्याख्या कीजिए ।

(ख) निम्नलिखित आधार पर उपभोक्ता उत्पादों के वर्गीकरण की व्याख्या कीजिए :

(i) टिकाऊपन और मूर्तता

(ii) खरीदारी के प्रयास

(ग) PLC की परिपक्व अवस्था में अपनाई जाने वाली विपणन रणनीतियों की व्याख्या कीजिए ।

अथवा

- (क) उत्पाद मिश्र से आप क्या समझते हैं ? बहुउत्पाद कंपनी के उदाहरण की मदद से उत्पाद मिश्र की चौड़ाई, लंबाई, गहराई और स्थिरता की व्याख्या कीजिए ।

(ख) उत्पाद वर्गीकरण पर टिप्पणी लिखिए ।

SECTION C (खंड ग)

4. What are the various factors that influence the pricing decisions of a business firm ? Discuss the significance of pricing decisions. (15)

OR

Explain different pricing strategies. (15)

व्यवसाय प्रतिष्ठान के कीमत निर्धारण संबंधी निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारक कौन से हैं ? कीमत निर्धारण निर्णयों के महत्त्व की विवेचना कीजिए ।

अथवा

विभिन्न कीमतनिर्धारण रणनीतियों की व्याख्या कीजिए ।

5. (a) Explain intensive, selective and exclusive distribution strategies with appropriate examples. What distribution strategy would you suggest for marketing : (i) cars; (ii) breakfast cereals. (10)
- (b) What is promotion mix ? Briefly explain its elements. (5)

OR

- (a) Describe the different channels available to a business enterprise for the distribution of its products. (10)
- (b) What is sales promotion ? How is it different from other tools of promotion ? (5)

- (क) गहन, चयनात्मक और अनन्य वितरण रणनीतियों की उपयुक्त उदाहरणों के साथ व्याख्या कीजिए।
आप विपणन के लिए किस वितरण रणनीति को सुझाएँगे: (i) कार (ii) नाश्ते के अनाज।
- (ख) संवर्धन मिश्र क्या होता है? इसके तत्वों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

अथवा

- (क) व्यवसाय-उद्यम को अपने उत्पादों के वितरण के लिए उपलब्ध विभिन्न सरणियों का वर्णन कीजिए।
- (ख) विक्रय संवर्धन क्या होता है? संवर्धन के उपकरणों से यह किस प्रकार भिन्न है?