

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 5133

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) What is marketing ? Is business community working towards improving consumers and society's well-being ? Explain by giving examples.
(5+5=10)
- (b) List the various elements of micro and macro environment of marketing.
(5)

P.T.O.

OR

- (a) What is marketing mix ? Explain the various factors that determine the marketing-mix of a business organisation. (3+7=10)
- (b) "The selling concept takes an inside-out perspective, while the marketing concept takes an outside-in perspective". Explain. (5)
- (क) विपणन किसे कहते हैं ? क्या व्यवसाय में लगा समुदाय, उपभोक्ताओं और समाज के कल्याण को सुधारने की ओर कार्य कर रहा है ? उदाहरण देकर व्याख्या कीजिए ।
- (ख) विपणन के व्यष्टि तथा समष्टि पर्यावरण के विभिन्न तत्वों की सूची दीजिए ।

अथवा

- (क) विपणन मिश्र क्या होता है ? व्यवसाय-संगठन के विपणन-मिश्र का निर्धारण करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए ।
- (ख) "विक्रय संकल्पना भीतर से बाहर परिप्रेक्ष्य ग्रहण कर लेती है जब कि विपणन संकल्पना बाहर से भीतर परिप्रेक्ष्य ग्रहण करती है ।" व्याख्या कीजिए ।

SECTION B (खंड ख)

2. (a) What do you mean by the term segmentation ? What are the prerequisites for an effective segmentation strategy ? (10)
- (b) Explain the importance of positioning in market place. (5)

OR

- (a) What do you mean by the term positioning ? What are its characteristics ? (10)
- (b) What are the benefits of segmenting a market ? (5)
- (क) खंडीकरण शब्द से आप क्या समझते हैं ? प्रभावी खंडीकरण रणनीति की अपेक्षाएँ क्या हैं ?
- (ख) बाजार में स्थिति निर्धारण के महत्त्व की व्याख्या कीजिए ।

अथवा

- (क) स्थिति निर्धारण शब्द से आप क्या समझते हैं ? इसकी विशेषताएँ क्या हैं ?
- (ख) बाजार में खंडीकरण के लाभ क्या हैं ?
3. (a) What do you mean by the term 'product' ? Explain the levels of products with examples. (10)
- (b) What is meant by Product Life Cycle ? How is understanding of PLC useful to a marketer ? (5)

OR

- (a) Suggest appropriate marketing strategies with respect to product and promotion for each of the stages of Product Life Cycle. (10)
- (b) "Packaging acts as a silent salesperson." Comment and explain various levels and advantages of packaging. (5)
- (क) 'उत्पाद' शब्द से आप क्या समझते हैं ? उत्पादों के स्तरों की उदाहरण देकर व्याख्या कीजिए ।
- (ख) उत्पाद जीवन चक्र का क्या अर्थ है ? PLC की समझ विपणनकर्ता के लिए किस प्रकार महत्वपूर्ण हैं ?

अथवा

- (क) उत्पाद जीवन चक्र की प्रत्येक अवस्था के लिए, उत्पाद और संवर्धन के बारे में उपयुक्त विपणन रणनीतियाँ सुझाइए ।
- (ख) "पैकेजिंग, मौन विक्रीकर्ता के रूप में कार्य करती है ।" टिप्पणी कीजिए और पैकेजिंग के विभिन्न स्तरों और लाभों की व्याख्या कीजिए ।

SECTION C (खंड ग)

4. State and explain the various pricing policies and practices and followed by large-scale business enterprise. (15)

OR

Differentiate between penetration pricing and skimming pricing. Which of the pricing policy will you recommend for a new product and why ? (15)

P.T.O.

विभिन्न कीमत निर्धारण नीतियों और पद्धतियों का उल्लेख और व्याख्या कीजिए जिनका बड़े पैमाने के व्यावसायिक उद्यम करते हैं।

अथवा

गहन कीमत निर्धारण और स्किमिंग कीमत निर्धारण में अंतर बताइए। एक नए उत्पाद के लिए आप किस कीमत निर्धारण नीति की सिफारिश करेंगे और क्यों ?

5. (a) What do you mean by the term distribution channel ? Explain the various types of channels used by a firm. (10)
- (b) What is promotion ? What are the important objectives of promotion ? (5)

OR

- (a) "While direct channels are costly, indirect channels take away marketer's power to control." Discuss. (10)
- (b) Define promotion mix. Suggest a suitable promotion mix, with reasons, for smart phone and herbal toothpaste. (5)
- (क) वितरण सरणी से आप क्या समझते हैं ? फर्म द्वारा प्रयोग में ली जाने वाली विभिन्न प्रकार की सरणियों की व्याख्या कीजिए।
- (ख) संवर्धन क्या होता है ? संवर्धन के महत्त्वपूर्ण उद्देश्य क्या हैं ?

अथवा

- (क) "यद्यपि प्रत्यक्ष सरणियाँ खर्चीली होती हैं : अप्रत्यक्ष सरणियाँ विपणनकर्ता की नियंत्रण शक्ति को ले जाती हैं।" विवेचन कीजिए।
- (ख) संवर्धन मिश्र की परिभाषा दीजिए। स्मार्ट फोन और हर्बल टूथपेस्ट के लिए उपयुक्त संवर्धन मिश्र का कारण सहित सुझाव दीजिए।