

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 6653

FC

Roll No.....

Unique Paper Code : 62411105

Name of the Paper : Marketing Management

Name of the Course : BA (P), CBCS

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 must 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।

1. (a) "A marketing manager should be market-oriented." Explain this statement.
How is marketing concept different from the selling concept? (10)
- (b) Explain the importance of marketing to marketers and consumers. (5)

OR

P.T.O.

- (a) "Marketing is not only limited to marketing of products or services." Discuss the statement in the light of the scope of marketing. (5)
- (b) Why is it important to study the marketing environment? Explain how Demographic and Economic environment will impact marketing decisions with the help of suitable examples. (3+7)
- (क) "विपणन प्रबंधक को बाजारोन्मुखी होना चाहिए।" इस कथन को स्पष्ट कीजिए। विपणन की संकल्पना विक्रय की संकल्पना से किस प्रकार भिन्न है ?
- (ख) विपणनकर्त्ताओं और उपभोक्ताओं को विपणन के महत्त्व को स्पष्ट कीजिए।

अथवा

- (क) "विपणन केवल उत्पादों अथवा सेवाओं के विपणन तक सीमित नहीं है।" विपणन के क्षेत्र के प्रकाश में इस कथन का विवेचन कीजिए।
- (ख) विपणन पर्यावरण का अध्ययन क्यों महत्त्वपूर्ण है? उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से स्पष्ट कीजिए कि जनसांख्यिकीय और आर्थिक पर्यावरण किस प्रकार विपणन निश्चयों को प्रभावित करेगा ?
2. (a) What is product positioning? Explain the various bases on which a product can be positioned in the market. (3+7)
- (b) "Market segmentation helps a marketer to get focused." Comment. (5)

OR

- (a) "The marketing-mix applicable to Products is not applicable to Services." Do you agree? Discuss the expanded marketing-mix relevant for marketing Services. (8)
- (b) "Marketing efforts of different marketers may be guided by different philosophies or concepts." Discuss the Production and the Product Concepts in the light of the statement. (7)
- (क) उत्पाद स्थितीयन क्या है? उन विभिन्न आधारों को स्पष्ट कीजिए जिनपर किसी उत्पाद का बाजार में स्थितीयन किया जा सकता है।
- (ख) "बाजार विखंडीकरण विपणनकर्त्ता को संकेंद्रित करने में सहायक होता है।" टिप्पणी कीजिए।

अथवा

- (क) “उत्पादों के लिए अनुप्रयोज्य विपणन मिश्र सेवाओं के लिए अनुप्रयोज्य नहीं है।” क्या आप इससे सहमत हैं ? विपणन सेवाओं के लिए सुसंगत विस्तारित विपणन मिश्र का विवेचन कीजिए।
- (ख) “विभिन्न विपणनकर्त्ताओं के विपणन प्रयास विभिन्न दर्शनों अथवा संकल्पनाओं से निर्देशित हो सकते हैं।” इस कथन के आलोक में उत्पादन और उत्पाद संकल्पनाओं का विवेचन कीजिए।
3. (a) Explain various product mix strategies with the help of suitable examples. (7)
- (b) Differentiate between :
- (i) Convenience goods and Shopping goods
- (ii) Product length and product width (4+4)

OR

- (a) What is branding ? (5)
- (b) What are the various stages of Product Life Cycle ? Explain the marketing strategies adopted in the maturity stage of PLC. (7+3)
- (क) उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से विभिन्न उत्पाद मिश्र युक्तियों को स्पष्ट कीजिए।
- (ख) निम्नलिखित में विभेद कीजिए -
- (i) सामान्य (सुविधा) वस्तुएँ और रुचि (shopping) वस्तुएँ
- (ii) उत्पाद विस्तार और उत्पाद आयाम

अथवा

- (क) ब्रांड निर्धारण (Branding) क्या है ?
- (ख) उत्पाद जीवन चक्र के विविध चक्र क्या हैं ? उत्पाद जीवन चक्र के परिपक्वता चरण में अपनाई जाने वाली विपणन युक्तियों को स्पष्ट कीजिए।
4. Discuss the various methods of pricing a product available to a marketer. (15)

OR

- (a) What is pricing ? Discuss the significance of pricing as a marketing mix tool. (4+4)

P.T.O.

- (b) Write a short note on skimming pricing. (7)

विपणनकर्त्ता को उपलब्ध उत्पाद के कीमत निर्धारण की विभिन्न विधियों का विवेचन कीजिए ।

अथवा

- (क) कीमत निर्धारण क्या है ? विपणन मिश्र उपकरण के तौर पर कीमत निर्धारण के महत्त्व का विवेचन कीजिए ।

- (ख) स्किमिंग कीमत निर्धारण पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए ।

5. (a) Differentiate between advertising and personal selling. (5)

- (b) What factors should be taken into consideration while selecting marketing channels ? (10)

OR

- (a) Explain the various techniques of sales promotion used by marketers to promote sales. (5)

- (b) Explain and give one example of each : (2.5×4)

(i) A Franchise store

(ii) A Specialty store

(iii) A Departmental Store

(iv) A door to door marketing retailer

- (क) विज्ञापन और व्यक्तिगत विक्रय में विभेद कीजिए ।

- (ख) विपणन सरणियों के चयन के समय किन कारकों को ध्यान में रखा जाना चाहिए ।

अथवा

- (क) विक्रय संवर्धन के लिए विपणनकर्त्ताओं द्वारा प्रयुक्त विक्रय संवर्धन की विविध तकनीकों को स्पष्ट कीजिए ।

- (ख) स्पष्ट कीजिए और प्रत्येक का एक उदाहरण दीजिए -

(i) मताधिकार भंडार

(ii) विशिष्ट वस्तु भंडार

(iii) बहुविभागी भंडार

(iv) घर-घर जाकर विपणन करने वाला खुदरा व्यापारी