

Sl. No. of Ques. Paper : 157

G

Unique Paper Code : 241151

Name of Paper : Marketing Management

Name of Course : B.A. (Prog.) Advertising, Sales Promotion and Sales Management (ASPM)

Semester : I

Duration : 3 hours

Maximum Marks : 75

(Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.)

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिये गये निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिये।)

NOTE :- Answers may be written either in English or in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

टिप्पणी : इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिये; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

Attempt all questions. All questions carry the marks mentioned alongside.

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। सभी प्रश्नों के अंक सामने अंकित हैं।

1. Attempt any five of the following:

- (i) Write the significance of 'after-sales service'.
- (ii) Explain the Selling concept.
- (iii) Is public relations an important part of promotion mix? Comment.
- (iv) Explain the concept of Push Strategy with an example.
- (v) Will deep-discounts by e-retailers remain a long-term strategy? Comment.
- (vi) Write a short note on Direct Marketing.
- (viii) Explain the Price Skimming Strategy.

निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच को कीजिये:

- (i) बिक्री के बाद सेवा का महत्व बताइए।
- (ii) विक्रय संकल्पना की व्याख्या कीजिये।
- (iii) क्या संवर्धन मिश्र, जन-संपर्क का महत्वपूर्ण भाग है? टिप्पणी कीजिये।
- (iv) उदाहरण देकर दाब-रणनीति की संकल्पना की व्याख्या कीजिये।
- (v) क्या ई-रिटेलरों द्वारा गहन बट्टा देना दीर्घ काल की रणनीति रहेगी?
- (vi) प्रत्यक्ष विपणन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
- (viii) कीमत क्षिप्रगामी रणनीति की व्याख्या कीजिए।

3×5 = 15

P.T.O.

2. (a) Why is it necessary for a marketer to scan marketing environment? How do changes in politico-legal environment affect marketing decisions?

बेचने वाले के लिए विपणन पर्यावरण की जाँच करना क्यों आवश्यक होता है? राजनीति-विधिक पर्यावरण में परिवर्तनों का विपणन निर्णयों पर कैसे प्रभाव पड़ता है? 8

- (b) What is niche marketing? Differentiate between segmented marketing and niche marketing.

निच विपणन क्या होता है? खंडीकृत विपणन और निच विपणन में अंतर बताइए। 7

Or (अथवा)

- (a) Discuss the importance of marketing for business and customers.

व्यवसाय और ग्राहकों के लिए विपणन के महत्व की विवेचना कीजिए। 8

- (b) Discuss the importance of packaging and distinguish between packaging and labelling.

पैकेजिंग के महत्व की विवेचना कीजिए और पैकेजिंग तथा लेबलिंग में अंतर बताइए। 7

3. (a) Define branding. What are the challenges that branding decisions pose for the marketer?

ब्रांडिंग की परिभाषा दीजिए। बेचने वालों के लिए ब्रांडिंग निर्णयों द्वारा प्रस्तुत चुनौतियाँ क्या हैं? 8

- (b) Differentiate between Advertising and Sales Promotion.

विज्ञापन और बिक्री संवर्धन में अंतर बताइए। 7

Or (अथवा)

- (a) What do you mean by pricing? What factors affect the pricing of the product?

कीमत-निर्धारण से आप क्या समझते हैं? उत्पाद के कीमत-निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारक कौन से हैं? 8

- (b) "Advertising is an investment." Critically evaluate the statement.

"विज्ञापन एक प्रकार का निवेश है।" इस कथन का आलोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए। 7

4. Explain the concept of Product Life Cycle. What strategies may be adopted to lengthen the maturity stage of the product?

उत्पाद जीवन-चक्र की संकल्पना की व्याख्या कीजिए। उत्पाद की परिपक्व अवस्था को लंबा करने के लिए किन रणनीतियों का अनुसरण करना चाहिए? 15

Or (अथवा)

Explain the various aspects of Promotion Mix in detail. A company wishes to launch a new clothing range for kids on an online platform. What type of promotion strategy do you recommend and why?

संवर्धन मिश्र के विभिन्न पहलुओं की सविस्तर व्याख्या कीजिए। एक कंपनी ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर बच्चों के लिए नए वस्त्रों की रेंज को प्रयोजित करना चाहती है। आप किस किस्म की संवर्धन रणनीति की सिफारिश करेंगे और क्यों?

15

5. Write short notes on any three:

- Warehousing
- Briefly explain the Communication Process
- Product Attributes
- Market Segmentation
- Societal Marketing concept.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:

- माल गोदाम में रखना
- संप्रेषण प्रक्रिया की संक्षेप में व्याख्या कीजिए
- उत्पाद की विशेषताएँ
- बाज़ार खंडीकरण
- सामाजिक विपणन संकल्पना।

3×5 = 15