

Sl. No. of Ques. Paper : 158

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 'post-purchase behaviour'.
- (ii) Explain the marketing concept.
- (iii) Is sales promotion an important part of promotion mix? Comment.
- (iv) Briefly explain the concept of distribution.
- (v) Explain the concept of undifferentiated and differentiated marketing.
- (vi) Briefly explain the concept of online retailing.
- (vii) Write a short note on Ambush Marketing.

निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच को कीजिए:

- (i) क्रयोत्तर व्यवहार के महत्व को बताइए।
- (ii) विपणन संकल्पना की व्याख्या कीजिए।
- (iii) क्या संवर्धन मिश्र का बिक्री संवर्धन महत्वपूर्ण भाग होता है? टिप्पणी कीजिए।
- (iv) वितरण की संकल्पना की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
- (v) अविभक्त और विभक्त विपणन की संकल्पना की व्याख्या कीजिए।
- (vi) ऑनलाइन रिटेलिंग की संकल्पना की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
- (vii) गुप्त विपणन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

3×5 = 15

- 2 (a) What do you understand by Promotion Mix? A company wishes to launch a new clothing range for women through an online platform. What type of promotion strategy do you recommend and why?

संवर्धन मिश्र से आप क्या समझते हैं? एक कंपनी, ऑनलाइन प्लेटफार्म के जरिए महिलाओं के नए वस्त्रों की किस्मों का प्रवर्तन करना चाहती है। आप किस किस्म की संवर्धन रणनीति की सिफारिश करेंगे और क्यों ? 8

- (b) Differentiate between penetration pricing and skimming pricing. When are these pricing policies suitable?

वेधन कीमत-निर्धारण और क्षिप्रगामी कीमत-निर्धारण में अंतर बताइए। कीमत-निर्धारण की ये नीतियाँ कब उपयुक्त होती हैं? 7

*Or (अथवा)*

- (a) Define Marketing. Discuss the nature of marketing with suitable examples.

विपणन की परिभाषा दीजिए। उपयुक्त उदाहरण देकर विपणन के स्वरूप की विवेचना कीजिए। 8

- (b) Differentiate between push strategy and pull strategy.

दाब रणनीति और खिंचाव रणनीति में अंतर बताइए। 7

3. (a) Explain the branding strategies. What are the advantages of branding decisions for the marketers?

ब्रांडिंग रणनीति की व्याख्या कीजिए। बेचने वालों को ब्रांडिंग निर्णयों के क्या लाभ हैं? 8

- (b) Differentiate between Advertising and Personal Selling.

विज्ञापन और व्यक्तिगत विक्रय में अंतर बताइए। 7

*Or (अथवा)*

- (a) What do you mean by pricing? Differentiate between cost-based and value-based pricing.

कीमत-निर्धारण से आप क्या समझते हैं? लागत आधारित और मूल्य आधारित कीमत निर्धारण में अंतर बताइए। 8

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

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

4. Distinguish between concept testing, product testing and test marketing. Also discuss why it makes sense to go for test marketing, before launching a product.

संकल्पना परीक्षण, उत्पाद परीक्षण और परीक्षा विपणन में अंतर बताइए। उत्पाद का प्रवर्तन करने से पहले परीक्षा विपणन करना क्यों आवश्यक है? विवेचन कीजिए। 15

Or (अथवा)

What is Marketing Mix? Explain the concept and scope of expanded marketing mix.

विपणन मिश्र क्या होता है? विस्तारित विपणन मिश्र की संकल्पना और विस्तार की व्याख्या कीजिए। 15

5. Write short notes on any three:

- Relaunch of Maggi after the controversy
- Customer Loyalty
- Price Adjustment Strategy
- Publicity
- Micro-environment.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:

- विवाद के बाद मैगी का पुनः प्रवर्तन
- ग्राहक की निष्ठा
- कीमत समायोजन रणनीति
- प्रचार
- सूक्ष्म पर्यावरण।

3×5 = 15