This question paper contains 7 printed pages.]

Your Roll No. ....

789

B.Com./III A

Paper XVI-B – MARKETING MANAGEMENT

(Admissions of 2006 and onwards)

Time : 3 Hours **Maximum Marks : 55**

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

Note : (i) Answers may be written *either* in English *or* in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

(ii) The maximum marks printed on the question paper are applicable for the students of the regular colleges (Cat. 'A'). These marks will, however, be scaled up proportionately in respect of the students of NCWEB at the time of posting of awards for compilation of result.

Attempt **all** questions. Answer should be precise and brief.
Marks are indicated against **each** question.
All parts of a question must be attempted together.

सभी प्रश्न कीजिए । सटीक एवं संक्षिप्त उत्तर दीजिए ।
प्रत्येक प्रश्न के अंक उसके सामने दिए गए हैं ।
प्रश्न के **सभी** भाग एक-साथ किए जाने चाहिए ।

1. (a) "Marketing is no more a function of marketing department only". Explain the statement and also specify other characteristics of Marketing. 6

(b) "Most of the people think that only goods and services can be marketed". Do you agree or disagree with the statement and why ? 5

(क) "विपणन अब केवल विपणन विभाग का ही प्रकार्य नहीं रह गया है ।" इस कथन को स्पष्ट कीजिए और विपणन के अन्य अभिलक्षणों को भी विनिर्दिष्ट कीजिए ।

(ख) "अधिसंख्य लोग यह सोचते हैं कि केवल वस्तुओं और सेवाओं का ही विपणन किया जा सकता है ।" क्या आप इस कथन से सहमत हैं या असहमत और क्यों ?

OR/अथवा

(a) 'To be successful in marketing all the components or elements of marketing must be taken care of.' What are those elements ? Briefly explain them. 6

(b) 'Modern Marketing is different from Yesterday.' Do you agree to the saying ? If yes/no, how ? 5

(क) "विपणन में सफल होने के लिए विपणन के सभी घटकों अथवा तत्त्वों को ध्यान में रखना चाहिए ।" वे तत्त्व क्या हैं ? उन्हें संक्षेप में स्पष्ट कीजिए ।

(ख) "आधुनिक विपणन पहले के विपणन से भिन्न है ।" क्या आप इस उक्ति से सहमत हैं ? यदि हाँ/ना, तो किस प्रकार ?

2. Why do marketers study environment ? From the following events in the environment identify as to what kind of environment these belong to.

(i) The population of Japan is fast ageing.

(ii) Government of India has devalued Indian rupee.

(iii) Per capita disposable income of Indians is increasing.

(iv) Indian youth is highly influenced from American culture.

(v) Patents of many branded medicines are going to expire in 2011. **11**

विक्रेता पर्यावरण का अध्ययन क्यों करते हैं ? पर्यावरण की निम्नलिखित घटनाओं से अभिनिर्धारित कीजिए कि ये किस प्रकार के पर्यावरण से संबंधित हैं :

(i) जापान की जनसंख्या तेजी से बूढ़ी हो रही है ।

(ii) भारत सरकार ने भारतीय रुपए का अवमूल्यन कर दिया है ।

(iii) भारतीयों की प्रतिव्यक्ति प्रयोज्य आय बढ़ रही है ।

(iv) भारतीय युवा अमरीकी संस्कृति से अत्यधिक प्रभावित है ।

(v) अनेक ब्रांडित औषधियों के पेटेन्ट 2011 में समाप्त होने वाले हैं ।

OR/अथवा

What is Market Segmentation ? On what basis consumer goods market is segmented ? What are the features of the market segment chosen by budget airlines of India ? **11**

बाज़ार खंडीकरण से क्या तात्पर्य है ? उपभोक्ता वस्तुओं के बाज़ार का किस आधार पर खंडीकरण किया जाता है ? भारत की बजट हवाई सेवाओं द्वारा चुने गए बाज़ार खंड के क्या अभिलक्षण हैं ?

3. (a) Brand names are associated with different concepts. Give one example each of the brand name associated with the following :

(i) Founder's name

(ii) Animal's name

(iii) Abbreviated name

(iv) Invented name

(v) Purpose (the product serves) **5**

(b) What is product positioning ? Identify the basis of positioning for any **two** of the following products :

(i) Coca-Cola and Pepsi-Cola in soft drinks market

(ii) 'Nano' car

(iii) Big Bazaar

(iv) Low energy consumption fridge **6**

(क) ब्रांड नाम विभिन्न संकल्पनाओं से जुड़े होते हैं । निम्नलिखित के साथ संबद्ध ब्रांड नाम में से प्रत्येक का एक उदाहरण दीजिए :

(i) संस्थापक के नाम से

(ii) पशु के नाम से

(iii) संक्षिप्त नाम से

(iv) आविष्कृत नाम से

(v) उत्पाद द्वारा पूर्व प्रयोजन से

(ख) उत्पाद स्थितिकरण से क्या तात्पर्य है ? निम्नलिखित उत्पादों में से किन्हीं **दो** के स्थितिकरण का आधार अभिनिर्धारित कीजिए :

(i) शीतल पेय बाज़ार में कोका-कोला और पेप्सी-कोला

(ii) 'नैनो' कार

(iii) बिग बाज़ार

(iv) अल्प ऊर्जा लेनेवाला फ्रिज

4. (a) What do you mean by Product Classification ? Identify the products under the following categories :

(i) Consumer durable goods (Washing Machine)

(ii) Impulse goods (Chocolates)

(iii) Shopping goods (Furniture)

(iv) Industrial goods (Raw materials)

(v) Speciality goods (Cars) 6

(b) Differentiate between the following with the help of suitable examples :

(i) Product Line and Product Mix

(ii) The Width and the Length of a Product Mix 5

(क) उत्पाद वर्गीकरण से आप क्या समझते हैं ? निम्नलिखित संवर्गों के अंतर्गत उत्पादों को अभिनिर्धारित कीजिए :

(i) उपभोक्ता टिकाऊ वस्तुएँ (वाशिंग मशीन)

(ii) आवेग वस्तुएँ (चॉकलेट)

(iii) रुचि-पण्य (फर्नीचर)

(iv) औद्योगिक वस्तुएँ (कच्चा माल)

(v) विशिष्ट वस्तुएँ (कार)

(ख) उपयुक्त उदाहरण देते हुए निम्नलिखित में अंतर स्पष्ट कीजिए :

(i) उत्पाद शृंखला और उत्पाद मिश्रण ।

(ii) उत्पाद मिश्रण की विस्तीर्णता और सीमा ।

OR/अथवा

(a) You are Director (Marketing) of a Scooter making company. What factors will you consider while determining the price of the Scooter ? 6

(b) Merely a right product at right price with right promotion is not sufficient. What else is required and why ? 5

(क) आप स्कूटर बनानेवाली कंपनी के निदेशक (विपणन) हैं । स्कूटर की कीमत निर्धारित करते समय आप किन कारकों पर विचार करेंगे ?

(ख) उपयुक्त संवर्धन के साथ उपयुक्त कीमत पर मात्र उपयुक्त उत्पाद होना पर्याप्त नहीं है । और क्या अपेक्षित होता है और क्यों ?

5. (a) Give one example of each of the following distribution channels :

(i) Chain Stores

(ii) Firm using Retail vending machine

(iii) Retail cooperative

(iv) Non-store based retailer

(v) Door to door marketing retailer 6

(b) What are the four major decisions about Logistics that a firm must make ? 5

(क) निम्नलिखित वितरण सरणियों में से प्रत्येक का एक उदाहरण दीजिए :

(i) शृंखलित स्टोर

(ii) फुटकर बिक्री मशीन प्रयुक्त करने वाली फर्म

(iii) फुटकर सहकारी समिति

(iv) भंडार रहित खुदरा व्यापारी

(v) घर-घर जाकर बिक्री करनेवाला खुदरा व्यापारी

(ख) किसी फर्म के लिए संभार तंत्र के बारे में क्या प्रमुख निर्णय लेना अनिवार्य है ?

OR/अथवा

(a) Write a short note on communication process.

(b) What are the merits and limitations of print advertising ?

(क) संप्रेषण प्रक्रिया पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए ।

(ख) मुद्रित विज्ञापन के क्या गुण और परिसीमाएँ हैं ?