This question paper contains **8** printed pages]

Your Roll No................

822

B.Com./III **C**

Paper XVI-B : MARKETING MANAGEMENT

(Admission of 2006 onwards)

Time : 3 Hours *Maximum Marks* : 75

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

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

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

Answer *all* questions. Marks are indicated against each question. *All* parts of a question must be attempted together.

सभी प्रश्न कीजिए। प्रत्येक प्रश्न के अंक उसके सामने निर्दिष्ट हैं। प्रश्न के **सभी** भाग एक साथ किए जाएँ।

P.T.O.

1. (*a*) Describe the modern concept of marketing. What is its significance ? 8

(*b*) What is micro environment of marketing ? Describe various elements of such environment. 7

(क) विपणन की आधुनिक संकल्पना का वर्णन कीजिए। इसका क्या महत्त्व है ?

(ख) विपणन के सूक्ष्म पर्यावरण से क्या तात्पर्य है ? ऐसे पर्यावरण के विभिन्न तत्वों का वर्णन कीजिए।

Or

(अथवा)

(*a*) "The personality traits and attitudes are important guides to consumer buying behaviour". Elucidate. 8

(*b*) What is marketing mix ? Explain the various factors that determine the marketing mix. 7

(क) "व्यक्तित्व विशेषक और अभिवृत्ति उपभोक्ता के क्रय-व्यवहार के महत्वपूर्ण निर्देशक हैं।" सविस्तार स्पष्ट कीजिए।

(ख) विपणन मिश्र से क्या तात्पर्य है ? विपणन मिश्र के निर्धारक विभिन्न कारकों को स्पष्ट कीजिए।

2. (*a*) How are the concepts of positioning, product differentiation and market segmentation related to each other ? Explain with the help of examples. 8

(*b*) How should a marketer select an appropriate basis for segmenting his target market ? Explain giving appropriate examples. 7

(क) स्थिति निर्धारण, उत्पाद विभेदन और बाज़ार खंडीकरण की संकल्पनाएँ किस प्रकार परस्पर संबद्ध हैं ? उदाहरणों द्वारा समझाइए।

(ख) विक्रेता को अपने लक्ष्य बाज़ार के खंडीकरण के लिए उपयुक्त आधार किस प्रकार चुनना चाहिए ? उपयुक्त उदाहरण देते हुए स्पष्ट कीजिए।

Or

(अथवा)

(*a*) Briefly explain the different stages involved in the life cycle of a product. 8

(*b*) "Package acts as a silent salesmen." In the light of this statement, explain the advantages of packaging. 7

(क) किसी उत्पाद के जीवन काल में सन्निहित विभिन्न चरणों को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए।

(ख) ''पैकेज मौन बिक्रीकर्ता का कार्य करता है।'' इस कथन को ध्यान में रखते हुए पैकेजिंग के लाभ स्पष्ट कीजिए।

3. (a) Discuss the major pricing methods generally employed by the marketer. 8

(b) Explain different types of discounts and rebates on pricing decisions. 7

(क) विक्रेता द्वारा सामान्यतः प्रयुक्त प्रमुख कीमत-निर्धारण प्रणालियों का विवेचन कीजिए।

(ख) कीमत निर्धारण निर्णयों पर बट्टा और घटौती के विभिन्न प्रकारों को स्पष्ट कीजिए।

Or

(अथवा)

(a) What is distribution logistics ? What are the *four* major decisions about logistics that a firm must make ? 8

(b) Compare and contrast penetration pricing with skimming pricing. 7

(क) वितरण संभार-तंत्र से क्या तात्पर्य है ? संभार-तंत्र के बारे में किसी फर्म द्वारा अनिवार्यत: लिए जाने वाले **चार** प्रमुख निर्णय क्या हैं ?

(ख) वेधी कीमत-निर्धारण की मथित कीमत-निर्धारण से तुलना कीजिए।

4. (*a*) "Selection of distribution channels requires a compromise between cost and control". Discuss the statement and explain the various factors affecting the choice of particular channel. 8

(*b*) Distinguish between conventional marketing and cyber marketing. 7

(क) "वितरण माध्यमों का चयन लागत और नियंत्रण के बीच समझौते की अपेक्षा करता है।" इस कथन का विवेचन कीजिए और किसी माध्यम विशेष के चयन को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों को स्पष्ट कीजिए।

(ख) पारंपरिक विपणन और साइबर विपणन में विभेद कीजिए।

Or

(अथवा)

(*a*) "Retailing is booming in India" Explain the statement with suitable examples and evidences. 8

(*b*) What is integrated marketing communication ? Describe its significance. 7

(क) "भारत में खुदरा व्यापार तेजी से बढ़ रहा है।" इस कथन को उपयुक्त उदाहरणों और प्रमाणों द्वारा स्पष्ट कीजिए।

(ख) समाकलित विपणन संप्रेषण से क्या तात्पर्य है ? इसके महत्त्व का वर्णन कीजिए।

5. (*a*) Explain the concept of 'Promotion Mix'. Briefly explain the various constituents of promotion mix. 8

(*b*) What is branding ? Explain the benefits of branding products. 7

(क) 'संवर्धन मिश्र' की संकल्पना को स्पष्ट कीजिए। संवर्धन मिश्र के विभिन्न संघटकों को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए।

(ख) ब्रांडिंग से क्या तात्पर्य है ? उत्पादों की ब्रांडिंग के फायदे स्पष्ट कीजिए।

Or

(अथवा)

(*a*) What is meant by product ? Explain its main dimensions. 8

(*b*) Differentiate between advertising and salesmanship. 7

(क) उत्पाद से क्या तात्पर्य है ? इसके प्रमुख आयामों को स्पष्ट कीजिए।

(ख) विज्ञापन और बिक्रीकारी के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए।