

This question paper contains 7 printed pages]

Your Roll No.....

5722

**B.Com./III**

**D**

**Paper XVI-B : MARKETING MANAGEMENT**

(Admissions of 2006 onwards)

*Time : 3 Hours*

*Maximum Marks : 55*

*(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.

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

*Note :—* 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.

P.T.O.

**टिप्पणी :—**प्रश्न-पत्र पर अंकित पूर्णांक नियमित कॉलेजों (श्रेणी 'A') के विद्यार्थियों के लिए अनुप्रयोज्य हैं। तथापि ये अंक NCWEB के विद्यार्थियों के संबंध में उनके परिणाम के संकलन के लिए नियुक्त अधिनिर्णय के समय पर, उनके आनुपातिक रूप में अधिक होंगे।

Attempt *All* questions.

*All* questions carry equal marks.

All part of the questions must be attempted together.

**सभी प्रश्न हल कीजिए।**

**सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।**

प्रश्न के सभी भाग एक साथ किये जाने चाहिए।

1. (a) "Marketing is the foundation of business." In the light of this statement, explain the importance of marketing. 4
- (b) "Marketing is not merely selling." Examine this statement and discuss the nature and scope of marketing. 7
- (क) "व्यवसाय का मुख्य आधार व नींव केवल विपणन (मार्केटिंग) ही है।" इस कथन के संदर्भ में विपणन की महत्ता को समझाइए।
- (ख) "विपणन मात्र विक्रय नहीं।" इस कथन को विपणन की प्रकृति तथा कार्यक्षेत्र को दर्शाते हुए समझाइए।

Or

(अथवा)

- (a) Define the term "Marketing Mix". What factors influence the determination of marketing mix ? 7
- (b) What is micro-environment of marketing ? List the elements of such environment. 4
- (क) विपणन-मिश्र की अवधारणा को समझाइए। कौन-कौन से कारक इस अवधारणा को निर्धारित करते हैं ?
- (ख) विपणन वातावरण के निम्नवर्ती तत्त्वों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
2. (a) In what manner do the economic and technological factors influence the demand for a product or service. What are the implications of these factor for designing marketing strategies ? 7
- (b) Why is it important for marketers to study the behaviour of their customers ? 4

- (क) आर्थिक व तकनीकी कारक किस प्रकार से वस्तुओं व सेवाओं की मांग को प्रभावित करते हैं। इन कारकों की विपणन रणनीति पर पड़ने वाले प्रभावों को समझाइए।
- (ख) एक विपणनकर्ता के लिए उपभोक्ता व्यवहार का समझना व अध्ययन करना किस प्रकार आवश्यक है ?

*Or*

**(अथवा)**

Briefly explain the stages in the buying decision process. Do all consumers pass through all stages in buying, for example in products such as milk, bread and bathing soap (daily uses product) or a tractor being bought by a farmer ? How do social, cultural factors affect such buying ?

3,3,5

उपभोक्ता क्रय-निर्णयन प्रक्रिया के सोपानों को समझाइए। क्या सभी क्रेता इन सोपानों से गुजरते हैं, चाहे वह दूध, ब्रेड, नहाने के साबुन (दैनिक प्रयोग के पदार्थ) हों अथवा किसान के लिए ट्रैक्टर हों ? समझाइए कि किस तरह सामाजिक व सांस्कृतिक कारक इस पर प्रभाव डालते हैं ?

3. What are the bases of market segmentation ? Discuss in brief why it is said that for effective segmentation it must be identifiable, measurable, substantial and responsive ? Discuss by giving examples. 5,6

बाजार विखंडन के विभिन्न आधारों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। ऐसा क्यों कहा जाता है कि इस प्रकार के विखंडन को प्रभावी होने के लिए उसकी पूरी पहचान, मापन, पर्याप्तता तथा अनुकूलता आवश्यक है ? उदाहरणों से समझाइए।

Or

(अथवा)

What do you understand by product mix ? With the help of an example of a multi-product company, explain width, length, depth and consistency of product mix. 5,6

वस्तु-मिश्र की अवधारणा क्या है ? एक विभिन्न उत्पादों को बनाने वाली कम्पनी का उदाहरण लेते हुए वस्तु-मिश्र के विस्तार, लम्बाई, गहराई तथा संसक्ति का अर्थ समझाइए।

4. Describe various factors influencing pricing decisions of a business firm. Differentiate between penetrations and Skimming pricing strategies and their respective usage. 6,5

एक फर्म के कीमत निर्धारक कारकों की व्याख्या कीजिए।  
बाजार भेदक कीमतन तथा बाजार मक्खन मंथन रणनीतियों का अन्तर बताइये।

*Or*

(अथवा)

Discuss the importance of channel members in effective distribution function for a marketer. What factors should be considered in choosing an effective channel partner ? 5,6

मध्यस्थों की एक फर्म के लिए वितरण व्यवसाय तथा कार्यों में क्या महत्ता होती है ? एक प्रभावी मध्यस्थ को चुनने के लिए आप किन-किन कारकों को ध्यान में रखेंगे व परखेंगे ?

5. Write short notes on any *three* of the following 5,6

- (a) Integrated marketing communication
- (b) Major bases for positioning a product
- (c) Segmented Marketing Vs. Niche marketing
- (d) Major logistics functions
- (e) Non-store based retailers
- (f) Marketing concept.

किन्हीं तीन पर संक्षेप में टिप्पणियाँ लिखिए

- (क) समग्र विपणन प्रक्रिया
- (ख) उत्पाद स्थितिकरण के मुख्य आधार
- (ग) विखंडन विपणन और ताखा विपणन
- (घ) मुख्य संभारतंत्र क्रियाएँ
- (ङ) भंडार-रहित आधारित खुदरा व्यापारी
- (च) विपणन अवधारणा।