

[This question paper contains 8 printed pages]

Your Roll No

504

B.Com./III

E

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 से अधिक होंगे।

Attempt All questions.

All questions carry equal marks.

All parts 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।

- I. (a) "There is only one valid definition of business purpose: to create a customer." Explain this statement bringing out clearly the role of marketing. 6
- (b) Distinguish between marketing concept and selling concept. Support your answer with some examples. 5

- (क) "व्यवसाय के उद्देश्य की केवल एक वैध परिभाषा है : ग्राहक का निर्माण ।" इस कथन की व्याख्या कीजिए और विपणन की भूमिका को स्पष्ट कीजिए।
- (ख) विपणन संकल्पना और विक्रय संकल्पना में अंतर बताइए। अपने उत्तर के समर्थन में कुछ उदाहरण प्रस्तुत कीजिए ।

• Or

(अथवा)

Describe the marketing environmental forces that are affecting decision-making in marketing. How these are increasingly becoming big challenges to marketers ?

Explain.

6.5

विपणन में निर्णय लेने की प्रक्रिया को प्रभावित करने वाले विपणन पर्यावरणी बलों का वर्णन कीजिए । ये किस प्रकार विपणनकर्ताओं के लिए वर्धमान बड़ी चुनौतियों का रूप ले रहे हैं ? व्याख्या कीजिये ।

P.T.O.

2. Explain the concept of consumer behavior. Briefly discuss the buying motives which lead a consumer to buy a product by bringing out a clear distinction between rational and the emotional buying motives. 5,6

उपभोक्ता व्यवहार की संकल्पना की व्याख्या कीजिए । उत्पाद को खरीदने के लिए उपभोक्ता को उत्सुक करने वाले क्रय अधिक अभिप्रेरकों की संक्षेप में विवेचना कीजिए और बुद्धिपरक तथा संवेगात्मक क्रय अभिप्रेरकों में अंतर स्पष्ट कीजिये ।

Or

(अथवा)

What is branding ? What are the branding decisions that a company must take before a product is offered to the target market ? Explain in detail. 5,6

ब्रांडिंग क्या होता है ? उत्पाद के लक्ष्य बाजार में भेजने से पूर्व कंपनी को कौनसे ब्रांडिंग निर्णय लेने चाहिए । सविस्तार व्याख्या कीजिए ।

3. It is widely accepted that consumer needs and wants are becoming more diversified and therefore marketers are very carefully segmenting the markets and differentiating their products for consumers. Do you agree ? Suggest suitable bases for segmentation for :

(i) Laptops

(ii) Motorcycles

(iii) Bathing soap category of products. 5.6

यह व्यापक रूप में स्वीकार किया गया है कि उपभोक्ता की आवश्यकताएँ और जरूरतें अधिक विविध होती जा रही हैं और इसलिए विपणनकर्ता बहुत ध्यान से बाजारों को खंडों में बाँट रहे हैं और उपभोक्ताओं के लिए अपने उत्पादों को विभेदित कर रहे हैं । क्या आप इससे सहमत हैं ?

(i) लैपटॉप

(ii) मोटरसाइकिल

(iii) नहाने के साबुन की श्रेणी के उत्पादों के लिए खंडीकरण के उपयुक्त आधारों को सुझाइए ।

Or

(अथवा)

- (a) Differentiate between intensive distribution, selective distribution and exclusive distribution. 6
- (b) What is whole-selling ? Explain the functions of whole-sellers. 5
- (अ) सघन वितरण, चयनात्मक वितरण और एकांतिक वितरण में अंतर बताइए ।
- (ख) थोक बिक्री क्या होती है ? थोक विक्रेताओं के कार्यों की व्याख्या कीजिए ।
4. (a) Explain classification of consumer products on the basis of :
- (i) Shopping effort
- (ii) Involvement
- (iii) Frequency of purchase. 6
- (b) Explain briefly cost-oriented and competition/market-oriented pricing policies followed by marketers. 5

(क) निम्नलिखित आधार पर उपभोक्ता उत्पादों के वर्गीकरण की व्याख्या कीजिए :

(i) कारोबार प्रयास

(ii) शामिल होना

(iii) क्रय की आवृत्ति ।

(ख) विपणनकर्ताओं द्वारा अपनाई जाने वाली लागत-दिष्ट और प्रतियोगिता/बाजार-दिष्ट कीमत निर्धारण नीतियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए ।

Or

(अथवा)

(a) What are the functions performed by distribution channels or intermediaries ? Why are these considered crucial ? 6

(b) What do you understand by promotion mix ? A company wishes to launch a new washing machine. What type of promotion strategy would you recommend ? 5

(क) वितरण सारणियों अथवा बिचौलियों द्वारा निष्पादित कार्य कौनसे हैं ? इन्हें महत्त्वपूर्ण क्यों माना जाता है ?

(ख) संवर्धन मिश्र से आप क्या समझते हैं ? एक कंपनी नई धुलाई मशीन को बाजार में उतारना चाहती है। किस प्रकार की संवर्धन नीति की आप सिफारिश करेंगे ?

5. Write short notes on any *three* of the following : 11

- (a) Functions of packing
- (b) Products levels
- (c) Franchising
- (d) Push Vs pull strategy
- (e) Selection of target market
- (f) Brand Extension.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (क) पैकेजिंग के कार्य
- (ख) उत्पाद स्तर
- (ग) फ्रैन्चाइज़ देना
- (घ) दाब बनाम कर्पण रणनीति
- (ङ) लक्ष्य बाजार का चुनाव
- (च) ब्रांड का विस्तार ।