

This question paper contains 4 printed pages]

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 480

Unique Paper Code : 241694

E

Name of the Paper : Marketing Management

Name of the Course : B.Com.

Semester : VI

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 दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए ।)

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 ।

Attempt *All* questions.

All parts of a question must be attempted together.

सभी प्रश्न कीजिए ।

प्रश्न के सभी भाग एक साथ हल कीजिए ।

- (a) Is the marketing mix framework of 4 Ps applicable to tangible products only? Justify your answer with suitable examples. 7
- (b) List a few significant changes that contrast the present-day marketing with the past. 8
- (अ) क्या 4 Ps का विपणन मिश्रण केवल दृश्यगत उत्पादों के लिए ही लागू होता है? अपने उत्तर में उपयुक्त उदाहरण दीजिए ।
- (ब) उन महत्वपूर्ण परिवर्तनों का सूचीकरण कीजिये जो कि अतीत से वर्तमान-दिवस विपणन में भिन्न हैं ।

Or

(अथवा)

- (a) Explain the concepts of Need, Want and Demand and also explain their relevance to a marketer. 7
- (b) Explain the importance of marketing for customers and business firms. 8

P.T.O.

- (अ) आवश्यकता, जरूरत और मांग (Need, Want and Demand) की अवधारणाएँ बताइये और एक विपणक के लिए उनकी सार्थकता भी बताइये ।
- (ब) उपभोक्ताओं और व्यावसायिक फर्मों के लिए विपणन की महत्ता बताइये ।
2. (a) List some of the demographic trends of interest to marketers in our country and discuss whether these trends pose opportunities or threats for marketers. 7
- (b) What is market segmentation ? Suggest suitable bases to segment markets for the following products :
- (i) Toothpaste
- (ii) Footwear. 8
- (अ) विपणकों के हित की देश की जनसांख्यिकीय प्रवृत्तियों का सूचीकरण कीजिये और बताइये कि ये प्रवृत्तियाँ अवसर प्रदान करती हैं या धमकियाँ ?
- (ब) बाजार खंडीकरण (segmentation) क्या है ? निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजार खंडीकरण के लिए उपयुक्त आधार सुझाइये :
- (i) टूथपेस्ट (Toothpaste)
- (ii) जूते (Footwear) ।
- Or
- (अथवा)
- (a) Consumer Buying Behaviour consists of a set of steps. Explain. 7
- (b) What is product positioning ? Identify the bases for the following products :
- (i) Honda Motor Cycle
- (ii) LED TV. 8
- (अ) उपभोक्ता क्रय व्यवहार कुछ चरणों का विन्यास (set) होता है । वर्णन कीजिए ।
- (ब) उत्पाद स्थितिकरण (positioning) क्या है ? निम्नलिखित उत्पादों के लिए आधार की पहचान कीजिए :
- (i) होंडा मोटर साइकिल
- (ii) एल.इ.डी. टीवी ।
3. (a) What is product mix ? Explain, with examples, the width, depth and consistency dimensions of product mix. 7
- (b) Explain the importance of packaging in the present-day marketing. 8

- (अ) उत्पाद मिश्रण क्या है ? उदाहरण सहित उत्पाद-मिश्रण के आयाम चौड़ाई, गहराई और एकरूपता (width, depth and consistency) का वर्णन कीजिए ।
- (ब) वर्तमान-दिवसीय विपणन में पैकेजिंग के महत्व का वर्णन कीजिए ।

Or

(अथवा)

- (a) What is Product Life Cycle and why do some companies not discontinue a product inspite of it being in declining stage ? 7
- (b) Discuss the important bases that an organization uses for choosing a brand name. 8
- (अ) उत्पाद जीवन चक्र क्या है और कुछ कम्पनियाँ गिरावट की अवस्था में भी उत्पाद को बंद (Discontinue) क्यों नहीं करती ?
- (ब) एक ब्रांड नाम के चयन में संगठनों द्वारा आधार उपयोग की महत्ता का वर्णन कीजिए ।
4. (a) Discuss the major pricing methods generally employed by a marketer. 7
- (b) Discuss Psychological Pricing Strategy. Illustrate its application with the help of examples. 8
- (अ) एक विपणक द्वारा नियोजित मुख्य मूल्यन तरीकों का वर्णन कीजिए ।
- (ब) मनोवैज्ञानिक मूल्यन रणनीति का विवेचन कीजिए । उपयुक्त उदाहरण की मदद से इसकी उपयोगिता को समझाइये ।

Or

(अथवा)

- (a) Explain the influence of discounts and rebates on pricing decisions. 7
- (b) As a Director 'Marketing' of a car making company what factors will you consider for the price of your product ? 8
- (अ) मूल्यन नीतियों पर छूट और डिस्काउन्ट्स के प्रभाव का वर्णन कीजिए ।
- (ब) एक कार बनाने वाली कम्पनी में आप निदेशक-विपणन के रूप में अपने उत्पाद का मूल्य तय करते समय किन बातों का ध्यान रखेंगे ?
5. (a) Discuss some new retailing trends in India with examples. 7
- (b) Explain the various factors that affect the promotion mix decision of a firm. 8
- (अ) उदाहरण सहित भारत में कुछ फुटकर प्रवृत्तियों का जिक्र कीजिए ।
- (ब) एक फर्म के संवर्धन मिश्रण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का वर्णन कीजिए ।

Or

(अथवा)

Write explanatory notes on any two of the following:

7½, 7½

- (a) Importance of Packaging in modern marketing
- (b) Integrated Marketing Communications (IMC)
- (c) Distinguish between Advertisement and Publicity
- (d) Direct Marketing.

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर व्याख्यात्मक टिप्पणियाँ लिखिये :

- (अ) आधुनिक विपणन में पैकेजिंग का महत्त्व
- (ब) एकीकृत विपणन संचार (IMC)
- (स) विज्ञापन और प्रचार में अन्तर
- (द) प्रत्यक्ष विपणन (Direct Marketing) ।