

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 8107

C

Roll No.....

Unique Paper Code : 241151

Name of the Paper : Marketing Management

Name of the Course : B.A. Programme (Discipline Course)- Part I  
Advertising, Sales Promotion and Sales Management (ASPM)

Semester : I

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

**Instructions for Candidates**

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt all questions.
3. All questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

**छात्रों के लिए निर्देश**

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी सवालों का प्रयास करें।
3. सभी सवालों के बराबर अंक हैं।
4. इस प्रश्नपत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

**SECTION A (खण्ड क)**

1. Attempt any five of the following : (3×5=15)
  - (i) Explain the term 'exchange and relationship' from marketing perspective.
  - (ii) Explain the significance of consumer orientation in marketing.
  - (iii) Discuss the role of publics in the marketer's micro environment.

P.T.O.

- (iv) Write three characteristics of a good brand name.
- (v) Write about the significance of 'price' to a marketer.
- (vi) Differentiate between undifferentiated and differentiated marketing.
- (vii) Through suitable examples mention the width and length of a product mix.

इनमें से किसी पाँच का प्रयास करें :

- (i) 'विनिमय और रिश्ते' शब्द को विपणन परिप्रेक्ष्य में समझाओ ।
- (ii) विपणन में उपभोक्ता उन्मुखीकरण के महत्व को समझाओ ।
- (iii) बाजार के सूक्ष्म वातावरण में जनता की भूमिका पर चर्चा करें ।
- (iv) एक अच्छे ब्रांड नाम की तीन विशेषताओं को लिखें ।
- (v) विपणक के लिए 'मूल्य' के महत्व के बारे में लिखें ।
- (vi) Undifferentiated और विभेदित विपणन के बीच क्या अंतर है ?
- (vii) उपयुक्त उदाहरणों के माध्यम से एक उत्पाद मिश्रण की चौड़ाई और लंबाई का उल्लेख करें ।

### SECTION B (खण्ड ख)

2. (a) What is marketing ? Explain its importance from the perspective of marketer, consumer and society at large. (8)
- (b) Explain how changes in the political and legal environment affect marketing decisions. (7)

OR

- (a) Contrast the selling concept with marketing concept ? Why is the societal marketing concept considered as the best orientation to be used by the marketers ? (8)
- (b) How does the change in the following demographic factors have major implications for the marketing decisions in India :
- Growing middle class
  - Changing role of women (7)

- (क) विपणन क्या है ? विपणन के महत्व को बड़े पैमाने पर विपणक, उपभोक्ता और समाज के नजरिए से समझाओ ।
- (ख) राजनीतिक और कानूनी वातावरण में परिवर्तन विपणन निर्णयों को कैसे प्रभावित कर रहे हैं ?

या

- (क) विपणन अवधारणा और बेच अवधारणा के बीच क्या अंतर है ? सामाजिक विपणन उन्मुखीकरण को विपणक द्वारा इस्तेमाल किया जा रहे अवधारणा में सर्वोत्तम क्यों माना जाता है ?
- (ख) निम्नलिखित जनसांख्यिकीय कारकों में परिवर्तन, भारत में विपणन निर्णयों को कैसे प्रभावित कर रहे हैं :
- मध्यम वर्ग बढ़ रहा है
  - महिलाओं की बदलती भूमिका
3. (a) "Packaging acts as a silent salesman". Do you agree ? Explain giving the considerations that should be kept in mind while designing a good package. (8)
- (b) What are the various factors that influence the marketing decision about price of a product ? (7)

OR

- (a) What is product life cycle ? Discuss how sales and profits behave over the product life cycle and also mention the strategies used at the maturity stage. (8)
- (b) Differentiate between convenience goods, shopping goods and specialty goods ? (7)
- (क) "पैकेजिंग एक मूक विक्रेता के रूप में कार्य करता है" । क्या आप सहमत हैं ? एक अच्छा पैकेज डिजाइन के लिए क्या विचार को ध्यान में रखा जाना चाहिए ।
- (ख) एक उत्पाद की कीमत के बारे में विपणन निर्णय को क्या विभिन्न आधार प्रभावित कर रहे हैं ?

या

- (क) उत्पाद जीवन चक्र क्या है ? उत्पाद के जीवन चक्र पर बिक्री और मुनाफे के व्यवहार की चर्चा करें और यह भी उल्लेख करें कि परिपक्वता चरण में क्या रणनीति का इस्तेमाल किया जाना चाहिए ।

(ख) सुविधा के सामान, शॉपिंग माल और विशेषता माल के बीच क्या अंतर है ?

### SECTION C (खण्ड स)

4. "Intermediaries play an important role in matching supply and demand". In the light of this statement explain the nature and importance of using intermediaries in the distribution channels ? Also mention the various levels of channels of distribution. (15)

OR

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 ? (15)

"बिचौलिए आपूर्ति और मांग के मिलान में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं" । इस बयान के प्रकाश में वितरण चैनलों में बिचौलियों के उपयोग की प्रकृति और महत्व को समझाओ ? इसके अलावा वितरण के चैनलों के विभिन्न स्तरों का उल्लेख करें ।

या

बाजार विभाजन क्या है ? उपभोक्ता वस्तुओं का बाजार विभाजन क्या आधार पर किया जा रहा है ? भारत के बजट एयरलाइनों द्वारा बाजार खंड की क्या विशेषताएं प्रभावित कर रहे हैं ?

5. Write short notes on any three : (3×5=15)

- Marketing-mix
- Product-positioning
- Tools of Promotion
- Cost plus pricing
- Advertising Vs Publicity

किसी तीन पर लघु नोट लिखें :

- विपणन मिश्रण
- उत्पाद स्थिति
- प्रचार के उपकरण
- लागत अतिरिक्त कीमत निर्धारण
- विज्ञापन बनाम प्रचार