

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 5502

F

Your Roll No.....

Unique Paper Code : 241694

Name of the Paper : MARKETING MANAGEMENT

Name of the Course : B.COM.

Semester : VI

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 parts of a question must be attempted together.
4. Answers may be written either in English or 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 प्रश्न कीजिए ।
3. प्रश्नों के प्रत्येक भाग का उत्तर एक साथ कीजिए ।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

1. (a) Explain the concept of Marketing Mix, Explain the various elements of marketing-mix, giving suitable examples. (7)
- (b) "The present-day marketing is customer-oriented". Discuss. (8)

OR

P.T.O.

- (a) Discuss the following stages in the evolution of marketing.
- (i) Production Orientation Stage.
 - (ii) Societal Orientation Stage. (7)
- (b) Write a note on the marketing process. (8)
- (अ) विपणन मिश्रण की अवधारणा का वर्णन करिये। उपयुक्त उदाहरण देते हुए विपणन मिश्रण के विभिन्न तत्वों का वर्णन करिये।
- (ब) “वर्तमान दिवसीय विपणन उपभोक्ता-परक है।” वर्णन कीजिए।

अथवा

- (अ) विपणन के क्रम विकास (Evolution) में निम्नलिखित अवस्थाओं की विवेचना कीजिए।
- (i) उत्पादन-परक अवस्था
 - (ii) सामाजिक-परकता अवस्था (Societal Orientation Process)
- (ब) विपणन प्रक्रिया पर टिप्पणी लिखें।
2. (a) List some of the demographic trends of interest to marketers in our country and also discuss whether these trends pose opportunities or threats to marketers. (7)
- (b) What is Market Segmentation ? Discuss the requirements of effective market segmentation. (8)

OR

- (a) In what aspects can family influence buying behaviour ? Explain with examples. (7)
- (b) What is product positioning ? Explain its importance. (8)
- (अ) हमारे देश में जनांकिकीय प्रवृत्तियों का सूचीयन करिये और यह भी निर्णय करें कि विपणकों के लिए ये अवसर पैदा करते हैं या धमकियां।
- (ब) बाजार खंडीकरण क्या है ? एक प्रभावी विपणन खंडीकरण के लिए आवश्यकताओं की विवेचना कीजिए।

अथवा

- (अ) किन पहलुओं में परिवार क्रय व्यवहार को प्रभावित कर सकता है? उदाहरणों सहित समझाइये।
- (ब) उत्पाद स्थितिकरण (Product Positioning) क्या है ? इसका महत्त्व बतायें।

3. (a) Differentiate between Consumer Products and Industrial Products. (7)
- (b) Discuss the significance of packaging and labelling in modern-day market. (8)

OR

- (a) Suggest marketing strategies for a consumer durable product during its growth and maturity stages. (7)
- (b) What is a brand ? Explain the significance of a brand for marketers and consumers. (8)

- (अ) उपभोक्ता उत्पादों और औद्योगिक उत्पादों के बीच अन्तर कीजिए।
- (ब) आधुनिक दिवसीय बाजार में पैकेजिंग (Packaging) और लेबलिंग (Labelling) की महत्ता का वर्णन कीजिए।

अथवा

- (अ) संवृद्धि और परिपक्वता अवस्थाओं (Growth and Maturity Stages) के दौरान उपभोक्ता टिकाऊ (Durable) उत्पाद के लिए विपणन रणनीतियां सुझाइये।
- (ब) एक ब्रान्ड क्या है ? विपणकों और उपभोक्ताओं के लिए ब्रान्ड का महत्त्व समझाइये।
4. (a) What is meant by pricing ? Explain the objectives of pricing policies of a business firm. (7)
- (b) Compare the cost-based and demand-based pricing methods with examples. (8)

OR

- (a) What is promotional pricing ? Discuss its advantages and disadvantages. (7)
- (b) Differentiate between Market Skimming and Market Penetration Pricing. (8)

- (अ) मूल्यन (Pricing) से क्या अभिप्राय है ? एक व्यावसायिक फर्म की मूल्यन नीतियों के उद्देश्यों का वर्णन करिये ।
- (ब) लागत-परक और मांग-परक मूल्यन तरीकों का उदाहरण सहित तुलना कीजिए ।

अथवा

- (अ) संवर्धन-मूल्यन क्या है ? इसके गुण और दोष बताइये ।
- (ब) बाजार मथने (Market Skimming) और अंतः प्रवेशी मूल्यन (Market Penetration Pricing) में अंतर कीजिए ।

5. (a) What are the major marketing logistics decisions ? Briefly explain each of them. (7)
- (b) Explain the difference between intensive, selective and exclusive distribution. (8)

OR

Write explanatory notes on any two of the following :

- (a) Dynamic Pricing Strategy
- (b) Expanded Marketing Mix
- (c) Impact of Technological Environment
- (d) Tele-Marketing (7½, 7½)
- (अ) मुख्य विपणन लाजिस्टिक्स (Logistics) निर्णय क्या हैं ? संक्षेप में प्रत्येक का वर्णन कीजिए ।
- (ब) गहन, चयनात्मक और एकमात्र (Intensive, Selective and Exclusive) वितरण में अन्तर कीजिए ।

अथवा

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर व्याख्यात्मक टिप्पणियाँ लिखिए :

- (अ) गत्यात्मक (Dynamic) मूल्य रणनीति
- (ब) विस्तृत विपणन मिश्रण
- (स) तकनीकी वातावरण का प्रभाव
- (द) टेली-विपणन (Tele-marketing)