

**BBA–501****Marketing Management**

(विपणन प्रबन्ध)

Bachelor of Business Administration  
(BBA-10/12/16/17/BBAH-11)

Fifth Semester, Examination, 2017

**Time : 3 Hours****Max. Marks : 80**

**Note :** This paper is of **eighty (80)** marks containing **three (03)** Sections A, B and C. Learners are required to attempt the questions contained in these Sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र अस्सी (80) अंकों का है जो तीन (03) खण्डों 'क', 'ख' तथा 'ग' में विभाजित है। शिक्षार्थियों को इन खण्डों में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

**Section–A / खण्ड–क****(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)**

**Note :** Section 'A' contains four (04) long answer type questions of nineteen (19) marks each. Learners are required to answer *two* (02) questions only.

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।  
प्रत्येक प्रश्न के लिए उन्नीस (19) अंक निर्धारित हैं।  
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Describe the *five* main concepts through which marketing management has evolved over the years.

विपणन प्रबन्ध के विकास के क्रम में पाँच प्रमुख अवस्थाओं/  
विपणन विचारधाराओं के विषय में विस्तृत जानकारी दीजिए।

2. What are the various states in a buyer's Purchase Decision Process ?

उपभोक्ता क्रय निर्णय प्रक्रिया के विभिन्न चरण क्या हैं ?

3. What are the determinants of Price ? Also shed light on the various pricing methods used by marketers.

किसी उत्पाद का मूल्य किन कारकों पर निर्भर करता है ?  
मूल्य निर्धारण के विभिन्न तरीके क्या हैं ?

4. Write in detail about the Promotion Mix and its elements.

संवर्द्धन समुच्चय (प्रमोशन मिक्स) और उसके तत्वों को विस्तार से समझाइये।

### Section-B / खण्ड-ख

**(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)**

**Note :** Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of eight (08) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।  
प्रत्येक प्रश्न के लिए आठ (08) अंक निर्धारित हैं।  
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. How is marketing different from selling ?  
विपणन (मार्केटिंग) व बिक्री (सैलिंग) में क्या भिन्नता है ?
2. Describe marketing research.  
विपणन अनुसंधान क्या होता है ?
3. What kind of channel conflicts are witnessed by marketers ? How are they handled ?  
अमूमन किस तरह के वितरण माध्यम संघर्ष (चैनल कॉन्फ्लिक्ट्स) देखने में आते हैं ? इनसे कैसे निपटा जाता है ?
4. Shed light on Branding.  
ब्रान्डिंग के विषय में बताइये।
5. What functions are performed by a wholesaler ?  
थोक विक्रेता द्वारा क्या-क्या कार्य निष्पादित किये जाते हैं ?
6. What is Targeting ? On what basis are the target markets selected ?  
लक्ष्यीकरण (टारगेटिंग) क्या होता है ? यह किस आधार पर किया जाता है ?
7. Give few corporate examples to bring out the impact of politico-legal environment on businesses.  
वास्तविक उदाहरणों के प्रयोग से समझाइये कि किस प्रकार राजनीतिक व कानूनी वातावरण किसी व्यवसाय को प्रभावित करते हैं।

8. What role is played by Labelling ?  
लेबलिंग की क्या भूमिका होती है ?

**Section-C / खण्ड-ग**

**(Objective Type Questions) / (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)**

**Note :** Section 'C' contains ten (10) objective type questions of one (01) mark each. All the questions of this Section are compulsory.

नोट : खण्ड 'ग' में दस (10) वस्तुनिष्ठ प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए एक (01) अंक निर्धारित है। इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

Fill in the blanks.

रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए।

- The concept of 4Ps of marketing mix was put forward by .....  
विपणन समुच्चय (मार्केटिंग मिक्स) में 4Ps की अवधारणा .....  
..... द्वारा दी गयी थी।
- 'No Tears' brand of soaps is targeted on infants and children. This is an example of segmentation.  
'नो टियर्स' नामक साबुन नवजात शिशुओं व बच्चों को लक्षित करके लाया गया है। यह ..... प्रकार के बाजार विभक्तिकरण का उदाहरण है।
- The 'alarm clocks' that we used in our homes before the emergence of mobile phones are most likely in the ..... stage of product life cycle.  
अलार्म घड़ियाँ, जिनका प्रयोग मोबाइल फोन के प्रचलन के बाद कम हो गया है, उत्पाद जीवन चक्र की .....  
अवस्था में मानी जा सकती है।

4. Basing the forecast regarding the future market demand for a product on the opinion of the sales-staff called ..... method.

बिक्री कर्मचारियों के मत के आधार पर बिक्री पूर्वानुमान लगाना ..... कहलाता है।

5. If audience get to know about a newly released movie owing to the rumors of romantic connection between the lead actor and actress, the movie can be said to have benefitted from ..... element of the promotion mix.

किसी चलचित्र के विषय में दर्शकों को यदि उसके मुख्य कलाकारों के बीच के रूमानी सम्बन्धों की अफवाहों के माध्यम से पता चले तो यह संवर्द्धन समुच्चय का ..... तत्व है।

6. If a company sells its products through its own website, it is using a ..... level marketing channel.

किसी उत्पादक कम्पनी द्वारा स्वयं की वेबसाइट से माल बेचना ..... स्तर के विपणन माध्यम का प्रयोग है।

7. The tagline 'Maa ke haath ki roti' used by a marketer of food products is an instance of ..... advertising appeal.

‘माँ के हाथ की रोटी’ टैगलाइन का प्रयोग ..... विज्ञापन अपील का उदाहरण है।

8. Contests organized by a marketer to reward its best performing dealers and distributors is ..... element of promotion mix.

किसी विक्रेता द्वारा सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन करने वाले वितरकों को पुरस्कृत करने हेतु आयोजित प्रतियोगिता प्रोत्साहन समुच्चय का ..... तत्व है।

9. Influencing the perception of the product in the mind of the customer is .....  
(targeting/selling/positioning/segmenting).

उपभोक्ताओं में किसी उत्पाद की छवि को प्रभावित करना .....  
(लक्ष्यीकरण, बिक्री, पोजीशनिंग, बाजार विभक्तिकरण) होता है।

10. Lux, Hamam and Lifebuoy are soap brands marketed by ..... .

लक्स, हमाम व लाईफबॉय ..... कम्पनी के उत्पाद हैं।