

Roll No.

BBA–501

Marketing Management

(विपणन प्रबन्ध)

Bachelor of Business Administration

(BBA-10/12/16/BBAH–11)

Fifth Semester, Examination, 2017

Time : 3 Hours

Max. Marks : 60

Note : This paper is of **sixty (60)** 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 साठ (60) 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 fifteen (15) 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 पन्द्रह (15) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. What are the different steps involved in the buying process ? Describe the role of the influencer and the decision-maker in the buying process.

क्रय प्रक्रिया में सम्मिलित विभिन्न चरण कौन-कौन से हैं ? क्रय प्रक्रिया में प्रभावक और निर्णयकर्ता की भूमिका का वर्णन कीजिए।

2. What do you mean by Market Segmentation ? Describe the various benefits of market Segmentation. What criteria are used for segmenting a market ?

बाजार विभक्तिकरण से आप क्या समझते हैं ? बाजार विभक्तिकरण के विभिन्न लाभों का वर्णन कीजिए। बाजार विभक्तिकरण के लिए किन-किन आधारों का प्रयोग किया जाता है ?

3. What is Advertising Appeal ? What are the various types of advertising appeals ? Describe the factors that effect the advertising appeal.

विज्ञापन अपील क्या है ? विज्ञापन अपीलों के विभिन्न प्रकार कौन-कौन से हैं ? विज्ञापन अपील को प्रभावित करने वाले घटकों का वर्णन कीजिए।

4. What do you mean by channel of distribution ? Describe the main channels of distribution and middlemen used in a modern business world.

वितरण माध्यम से आपका क्या आशय है ? आधुनिक व्यावसायिक जगत् में अपनाये जाने वाले प्रमुख वितरण माध्यमों तथा मध्यस्थों का वर्णन कीजिए।

Section-B / खण्ड-ख

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

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of five (05) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only. Answers of these questions must be restricted to two hundred fifty (250) words approximately.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पाँच (05) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर दो सौ पचास (250) शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।

Briefly discuss any *four* (04) of the following :

निम्नलिखित में से किन्हीं चार (04) पर संक्षेप में चर्चा कीजिए :

1. Causes of State Regulation of Marketing Activities.
विपणन क्रियाओं के सरकारी नियन्त्रण की आवश्यकता।
2. Principles to be Followed While Building a structure of marketing organization.
विपणन संगठन संरचना का निर्माण करते समय अपनाए जाने वाले सिद्धान्त।

3. Reasons which compel a Manufacturer for its Product Diversification.

एक निर्माता को वस्तु विविधीकरण के लिए विवश करने वाले कारण।

4. Procedure Followed for Determining Price of a Product.

किसी उत्पाद का मूल्य निर्धारित करने के लिए अपनाई जाने वाली प्रक्रिया।

5. Methods of measuring the effectiveness of sales promotion.

विक्रय संवर्धन की प्रभावशीलता को मापने के तरीके।

6. Essential features of good Advertising copy.

एक अच्छी विज्ञापन प्रति के आवश्यक लक्षण।

7. Write short notes on the following :

(a) Expert Opinion Poll method of sales forecasting

(b) Resale Price Maintenance

निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिये :

(अ) विक्रय पूर्वानुमान की विशेषज्ञ विचार मंथन विधि

(ब) पुनःविक्रय कीमत अनुरक्षण

8. Distinguish between Product brand and Trademark.

वस्तु ब्रांड और ट्रेडमार्क में अन्तर स्पष्ट कीजिए।

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 with appropriate words or phrases :

उचित शब्द या वाक्यांश के साथ रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

1. is the name given to a price reduction to buyers who buy in large volumes.
भारी मात्रा में क्रय करने वाले क्रेताओं को मूल्य में दी गई छूट को कहते हैं।
2. contributes to a product's usefulness as well as it looks.
उत्पाद की उपयोगिता में सहायक है तथा यह उत्पाद की आभा को भी बढ़ाता है।
3. goods are those which a consumer buys after comparing the suitability, quality, price etc. of different brands.
..... वह वस्तुएँ हैं जिन्हें एक उपभोक्ता विभिन्न ब्रांडों की उपयुक्तता, गुणवत्ता व कीमत आदि की तुलना करने के बाद खरीदता है।

4. Setting a price below that of the competition is called

प्रतियोगिता की तुलना में कम मूल्य निर्धारित करना
 .. कहलाता है।

5. The process of moving the raw materials from the place of the suppliers to the place of the producers is known as

उत्पादकों के स्थान से आपूर्तिकर्ताओं के स्थान तक कच्चे माल को ले जाने की प्रक्रिया के रूप में जानी जाती है।

Indicate the correct answer-option :

उत्तर के लिए सही विकल्प का चुनाव कीजिए :

6. Good marketing is no accident, but a result of careful planning and

- (a) Strategies
- (b) Selling
- (c) Execution
- (d) Research

अच्छा विपणन कोई संयोग नहीं है, बल्कि सचेत योजना एवं का एक परिणाम है।

- (अ) रणनीतियों
- (ब) विक्रय
- (स) निष्पादन
- (द) अनुसंधान

7. The phase in selling process in which the salesperson gathers information about a prospective client before the sales call is made is known as :

- (a) Prospecting
- (b) Approach
- (c) Pre-approach
- (d) None of these

विक्रय प्रक्रिया का वह चरण जिसमें विक्रय-प्रतिनिधि विक्रय भेंट से पहले संभावित ग्राहक के सम्बन्ध में जानकारी एकत्रित करता है, उसे कहा जाता है :

- (अ) पूर्वक्षण
- (ब) दृष्टिकोण
- (स) पूर्व-दृष्टिकोण
- (द) इनमें से कोई नहीं

8. helps to understand how consumers are influenced by their environment.

- (a) Learning
- (b) Motives
- (c) Perception
- (d) Consumer Behaviour

..... यह समझने में मदद करता है कि कैसे उपभोक्ता अपने वातावरण से प्रभावित होता है।

- (अ) अधिगम
- (ब) प्रेरणाएँ
- (स) बोध
- (द) उपभोक्ता व्यवहार

9. Television is a type of media.

- (a) Print
- (b) Broadcast
- (c) Outdoor
- (d) Online

टेलीविजन एक प्रकार का मीडिया है।

- (अ) प्रिंट
- (ब) प्रसारण
- (स) बाह्य
- (द) ऑनलाइन

10. Brand names are primarily used to :

- (a) Help identify a product
- (b) Spice up the image of a product
- (c) Help consumers select a product/service
- (d) None of these

ब्रांड नाम मुख्य रूप से निम्नलिखित में से किसके लिए प्रयोग किया जाता है ?

- (अ) एक उत्पाद की पहचान में सहायता हेतु
- (ब) एक उत्पाद की छवि को मसालेदार बनाने हेतु
- (स) उपभोक्ता को उत्पाद/सेवा के चयन में सहयोग हेतु
- (द) इनमें से कोई नहीं