

Roll No.

MS-107/CP-1009

Marketing Management

(विपणन प्रबंध)

Master of Business Administration/Diploma in
Management

(MBA-16/MBA-13/MBA-12/MBA-10/
MBAH-11/DIM-10/DIM-16)

Second Semester, Examination, 2017

Time : 3 Hours

Max. Marks : 70

Note : This paper is of **seventy (70)** 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 सत्तर (70) 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. Discuss the various concepts of Marketing. Explain how marketing applies to business and non-business situations.

विपणन की विभिन्न अवधारणाओं को समझाइए। विपणन कैसे व्यावसायिक तथा गैर-व्यावसायिक स्थितियों पर प्रयुक्त होता है ?

2. How do external factors such as suppliers and intermediaries specific to a given firm affect that firm's marketing ?

विभिन्न बाह्य कारक जैसे विपणन मध्यस्थ, प्रदायक आदि जो कि व्यापारिक संगठन से विशिष्ट रूप से सम्बन्धित हैं, कैसे उस संगठन के विपणन को प्रभावित करते हैं ?

3. "Success or failure of a business depends upon its product pricing policy." Discuss this statement and explain the factors that are considered while developing product pricing policy.

“व्यवसाय की सफलता तथा असफलता उसके उत्पाद की मूल्य-नीति पर निर्भर करती है।” इस कथन की व्याख्या कीजिए तथा उन घटकों का वर्णन कीजिए जिन पर उत्पाद मूल्य नीति का निर्माण करते हुए विचार किया जाता है।

4. What do you mean by Marketing Communication ? Enumerate the tools and techniques of marketing communication.

विपणन सम्प्रेषण से आपका क्या आशय है ? विपणन सम्प्रेषण के उपकरणों तथा तकनीकों 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 *six* (06) questions only.

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 छः (06) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. What is Vertical Marketing System ?
उदग्र विपणन प्रणाली क्या होती है ?
2. Write in brief note on target market strategies.
संक्षिप्त में लक्षित बाजार रणनीतियों का वर्णन कीजिए।
3. List the stages of the buying decision process.
क्रय विपणन प्रक्रिया को क्रमवार लिखिए।
4. What are convenience goods ?
समीप सुगम्य वस्तुएँ क्या हैं ?
5. What is skimming pricing strategy ?
मलाई उतारने वाली (स्किनिंग) मूल्य निर्धारण रणनीति क्या होती है ?

6. Briefly discuss the significance of sales promotion.
संक्षिप्त में विक्रय प्रचार की महत्ता का वर्णन कीजिए।
7. Distinguish between core product and supplementary service elements.
अंतर्भाग उत्पाद एवं अनुपूरक सेवा तत्वों में अन्तर स्पष्ट कीजिए।
8. Write a brief note on geocentric orientation.
विश्वकेन्द्रित अभिमुखता पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

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।

Indicate whether the following are True *or* False.

इंगित कीजिए कि निम्नलिखित सत्य हैं या असत्य।

1. Macro environment includes demographics, economic conditions culture and laws. (True/False)
जनसांख्यिकीय स्थितियाँ, आर्थिक स्थितियाँ संस्कृति एवं विधि वृहत वातावरण में सम्मिलित होते हैं। (सत्य/असत्य)
2. Accurately forecasting demand for a product is crucial for successful marketing planning. (True/False)

सटीक/उचित प्रकार से उत्पाद की माँग का पूर्वानुमान विपणन नियोजन के लिए अत्यन्त महत्वपूर्ण है। (सत्य/असत्य)

3. Marketing potential is the total sales volume that all organizations selling a product during a stated time period in a specific market could expect to achieve.

(True/False)

बाजार का सामर्थ्य, बाजार में उपस्थित समस्त व्यापारिक संगठनों द्वारा एक उत्पाद को, एक समय-सीमा के अन्तर्गत एक विशिष्ट बाजार में किये गये विक्रय की कुल मात्रा है।

(सत्य/असत्य)

4. Psychological segmentation involves attributes such as personality and life styles.

(True/False)

व्यक्तित्व एवं जीवन शैली जैसे सहज गुण मनोवैज्ञानिक विभक्तिकरण में निहित हैं।

(सत्य/असत्य)

5. A multiple segment strategy normally results in greater sales volume than a single segment strategy.

(True/False)

सामान्यतः एकल खण्ड रणनीति की अपेक्षा विविध खण्ड रणनीति में विक्रय की मात्रा अधिक होती है। (सत्य/असत्य)

6. Impulse buying is a form of low involvement of decision maker.

(True/False)

आवेगी क्रय में निर्णायक की सहभागिता न्यूनतम होती है।

(सत्य/असत्य)

7. Question marks are low growth and high share business or products in BCG Matrix (Boston Consulting Group Matrix). (True/False)

बोस्टन सलाहकार समूह आव्यूह में कम वृद्धि तथा उच्च अंश वाले व्यवसाय या उत्पाद होते हैं। (सत्य/असत्य)

8. Woodland is an example of Hypermarket. (True/False)

वुडलैण्ड हायपरमार्केट का एक उदाहरण है। (सत्य/असत्य)

9. The set of all products offered for sale by a company is called a product mix. (True/False)

उत्पाद मिश्र, उत्पादकों का वह समूह है जो एक कम्पनी विक्रय हेतु उपलब्ध कराती है। (सत्य/असत्य)

10. Pricing above competition works only when the product is distinctive or when the seller has acquired prestige in its field. (True/False)

प्रतिस्पर्धा से अधिक मूल्य निर्धारण तथा सफल सिद्ध होता है जब उत्पाद विशिष्ट हो अथवा विक्रेता को अपने क्षेत्र में ख्याति प्राप्त हो। (सत्य/असत्य)