

BBA–501

Marketing Management

(विपणन प्रबन्ध)

Bachelor of Business Administration

BBA-10/12/16/17/BBAH-11)

Fifth Semester, Examination, 2018

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. What are the various constituents of marketing environment ? Explain their impact on businesses using corporate examples.

विपणन वातावरण के विभिन्न तत्वों पर प्रकाश डालिए।
उदाहरणों की सहायता से इन तत्वों का व्यापारिक संस्थाओं पर पड़ने वाले प्रभाव का भी वर्णन कीजिए।

2. Describe Product Life Cycle and its stages. What strategies would you suggest for products at different stages in the Product Life Cycle ?

उत्पाद जीवन चक्र व इसके विभिन्न चरणों का वर्णन कीजिए।
साथ ही इन चरणों हेतु कारगर रणनीति भी सुझाइए।

3. Explain Market Segmentation. On what basis is it done ?

बाजार विभक्तिकरण क्या होता है ? यह किस आधार पर किया जाता है ?

4. What is Personal Selling ? Describe the various steps involved in Personal Selling.

व्यक्तिगत बिक्री (पर्सनल सैलिंग) क्या होती है ? इसके विभिन्न चरणों 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 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. What are the various determinants of consumer behaviour ?
उपभोक्ता व्यवहार के निर्धारण क्या-क्या हैं ?
2. What do you mean by Marketing Information Systems ?
विपणन सूचना तन्त्र के विषय में लिखिए।
3. Explain the difference between Production and Marketing Orientations. Which one is superior ?
उत्पादन (प्रोडक्शन) व विपणन (मार्केटिंग) विचारधाराओं में अन्तर स्पष्ट कीजिए। कौन-सी विचारधारा श्रेयस्कर है ?
4. Describe Packaging. How does it add to the value of offering ?
पैकेजिंग क्या होती है ? यह उत्पाद के मूल्य में वृद्धि कैसे करती है ?

5. Highlight the main functions performed by the retailers.
खुदरा/फुटकर व्यापारी की भूमिका पर प्रकाश डालिए।
6. Briefly write about different types of advertisements using corporate examples.
वास्तविक उदाहरणों के माध्यम से विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों के विषय में बताइए।
7. What are the commonly used Sales Promotion techniques used by marketers ?
विक्रय संवर्द्धन (सेल्स प्रमोशन) तकनीकों का वर्णन कीजिए।
8. How has the emergence of e-Commerce impacted the marketing landscape in India ?
भारत में ई-कॉमर्स के अभ्युदय के बाद विपणन परिदृश्य में क्या बदलाव आये हैं ?

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 :

1. The quality of the offering, not the customer needs, would be the prime focus of a firm having orientation.

उपभोक्ता की आवश्यकता की अपेक्षा उत्पाद की गुणवत्ता को महत्व देना विचारधारा का लक्षण है।

2. McCarthy is widely acclaimed for having propounded the concept of

मैक्कार्थी की अवधारणा देने के लिए जाने जाते हैं।

3. Dispute between two Micromax dealers is an example of channel conflict.

माइक्रोमैक्स के दो वितरकों के मध्य संघर्ष माध्यम संघर्ष का उदाहरण है।

4. Scanning the customer feedback and asking your friends for advice before buying a bike is state in the Buyer's purchase decision process.

वाहन खरीदने से पहले मित्रों से राय लेना उपभोक्ता क्रय निर्णय प्रक्रिया की अवस्था है।

5. The practice of banks offering mobile and internet banking to customers to save their time corresponds to customer

(solution/cost/convenience/communication)

बैंकों द्वारा मोबाइल व इन्टरनेट बैंकिंग की सुविधा देकर उपभोक्ता का समय बचाना उपभोक्ता (सोल्यूशन/कॉस्ट/कन्विनियेन्स/कम्यूनिकेशन) से संबंधित है।

6. in a non-paid form of product promotion.

..... उत्पाद संवर्द्धन का व्यय शून्य (नॉन पेड) प्रकार है।

7. Selling the product to the end-customer without using the services of intermediaries is called marketing.

बिना किसी बिचौलिये की मदद से उपभोक्ता को माल बेचना
..... विपणन कहलाता है।

8. The comprehensive list of all the products offered by a marketer is called its

किसी उत्पादक द्वारा बेचे जा रहे सभी उत्पादों की सूची
कहलाती है।

9. Maruti, Suzuki, Nissan, Honda and Hyundai are different (brands/products/variants/segments) in the same product category of passenger cars.

मारुती, सुजुकी, निस्सान, होन्डा व ह्युन्डाई एक ही उत्पाद
श्रेणी के विभिन्न (ब्राण्डों/उत्पादों/वैरिएण्टों/सेगमेंटों)
का उदाहरण है।

10. Babool, Lal Dant Manjan and Meswak are the toothpaste brands marketed by

बबूल, लाल दन्त मन्जन व मिस्वाक कम्पनी के उत्पाद
हैं।