

MS-107/CP-1009

Marketing Management

(विपणन प्रबन्धन)

Master of Business Administration/

Diploma in Management

(MBA-10/12/13/16/17)/

DIM-10/16/17/MBAH-11)

Second 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 is marketing research ? Discuss its relevance in understanding the customer mindset.
विपणन शोध क्या है ? ग्राहक की मनःस्थिति को समझने में इसकी उपयोगिता बताइए।
2. Discus Porter's Five Force Model in detail.
'पोर्टर के पाँच शक्ति मॉडल' को विस्तार से समझाइए।
3. Discuss in detail the new product development strategies. Explain the steps in new product development process.
नये उत्पाद विकास रणनीति को विस्तार से समझाइए। नये उत्पाद विकास प्रक्रिया की चरणबद्ध तरीके से चर्चा कीजिए।
4. What do you mean by promotional mix ? Highlight the features of different promotional tools by marketers.
प्रचार मिश्रण से आप क्या समझते हैं ? विपणनकर्ता के द्वारा उपयोग किये जाने वाले विभिन्न प्रचार उपकरणों की विशेषताएँ उल्लेखित 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. Importance of advertising.
विज्ञापनों की उपयोगिता।
2. Write a note on market segmentation and requirements of effective segmentation.
बाजार विभाजन पर एक लेख लिखिए। किसी बाजार को प्रभावी रूप से विभाजित करने के लिए आवश्यक चीजों का उल्लेख कीजिए।
3. Stages of consumer buying decision process.
उपभोक्ता क्रय विपणन की प्रक्रिया क्रमवार लिखिए।
4. What is market penetration pricing strategy.
“बाजार भेदना” मूल्य निर्धारण रणनीति क्या है ?
5. What is the importance of wholesaler in distribution ?
थोक व्यापारी की वितरण प्रणाली में उपयोगिता क्या है ?
6. Differentiate between goods and services.
वस्तु एवं सेवा में अन्तर बताइए।
7. Role of kids in purchase division.
बच्चों की क्रय निर्णय में भूमिका का उल्लेख कीजिए।
8. Discuss the importance of positioning.
स्थापन की उपयोगिता बताइए।

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. Micro and Macro environment plays an important role in Business. (True/False)

सूक्ष्म एवं वृहत वातावरण, व्यापार में एक महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं। (सत्य/असत्य)

2. Growth share matrix is given by Boston Consultancy group. (True/False)

संवृद्धि अंश मैट्रिक्स को बोस्टन कन्सल्टैन्सी समूह ने बनाया था। (सत्य/असत्य)

3. Ethnographic research deals with observing respondent in their natural environment. (True/False)

मानव जाति विज्ञान सम्बन्धी अनुसंधान अवलोकनकर्ता उत्तरदाता को उसके वास्तविक परिवेश में देखने का अनुसंधान है। (सत्य/असत्य)

4. Biscuits purchase is an example of variety seeking buying behaviour. (True/False)

बिस्किट का क्रय विविधता वांछित क्रेता व्यवहार का उदाहरण है। (सत्य/असत्य)

5. Big-Bazar uses the same for less positioning strategy. (True/False)

बिग बाजार 'कम के लिए समान' स्थापन रणनीति पर कार्य करता है। (सत्य/असत्य)

6. Idea screening is done to spot good ideas and drop poor ideas. (True/False)

सुझावों की जाँच अच्छे सुझावों को बुरे सुझावों से अलग करने के लिए की जाती है। (सत्य/असत्य)

7. Value Based pricing gives more important to value than seller cost. (True/False)

मूल्य आधारित कीमत निर्धारण में महत्व वस्तु की बहुमूल्यता को दिया जाता है न कि बेचने वाले की लागत पर।

(सत्य/असत्य)

8. Dynamic pricing is used by Airlines. (True/False)

Dynamic pricing हवाई कम्पनी द्वारा इस्तेमाल की जाती है।

(सत्य/असत्य)

9. Ford uses manufacturer sponsored retailer purchase system for distribution. (True/False)

फोर्ड वितरण के लिए निर्माता प्रायोजित फुटकर फ्रेंचाइजी प्रणाली का इस्तेमाल करता है। (सत्य/असत्य)

10. Television advertisement has low cost per exposure.

(True/False)

टेलीविजन द्वारा विज्ञापन देने में प्रति प्रदर्शन खर्च कम आता है। (सत्य/असत्य)