

[This question paper contains 7 printed pages.]

Your Roll No . . . . .

आपका अनुक्रमांक ....

6458

J

M.Com./I-NS

Course 418—MARKETING MANAGEMENT

(Admissions of 2004 and onwards)

Time : 3 Hours

Maximum Marks 75

समय : 3 घण्टे

पूर्णांक : 75

*Note :* The maximum marks printed on the question paper are applicable for the candidates registered with the School of Open Learning These marks will, however, be scaled down proportionately in respect of the students of regular colleges, at the time of posting of awards for compilation of result

*(Write your Roll No on the top immediately on receipt of this question paper )*

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।)

*Note :* Answers may be written *either* in English *or* in Hindi, but the same medium should be used throughout the paper

**टिप्पणी :** इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

[P T O

6458

( 2 )

*Attempt All questions*

*Answer all the parts of a Question at one place*

*Be specific and precise in your answers*

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये।

एक प्रश्न के सभी भागों के उत्तर एक साथ होने चाहिये।

आपके उत्तर विनिर्दिष्ट और सटीक होने चाहिए।

- 1 (a) "The aim of marketing is to make selling superfluous" Do you agree ? Explain
- (b) What factors should a marketing manager take into account while analyzing economic environment? Giving suitable examples, explain as to how each of the demographic factors influence firm's marketing decisions? 6, 9
- (क) "विपणन का लक्ष्य विक्रय को अनावश्यक बनाना है।" क्या आप सहमत हैं? स्पष्ट कीजिए।
- (ख) आर्थिक परिवेश के विश्लेषण में विपणन प्रबन्धक को किन कारकों को ध्यान में रखना चाहिए? उपयुक्त उदाहरण देते हुए स्पष्ट कीजिए कि प्रत्येक जनसांख्यिकीय कारक किस प्रकार फर्म के विपणन-निर्णयों को प्रभावित करता है?

अथवा (Or)

(c) How would the marketing mix for a convenience product differ from the one to be used for a shopping product ? Give suitable examples to substantiate your answer

(d) Discuss various steps involved in consumer buying process Also discuss alongside implications of each step to the marketer 6 9

(ग) सामान्य उत्पाद के लिए विपणन-मिश्र रुचि-उत्पाद के विपणन-मिश्र से किस प्रकार भिन्न होगा ? अपने उत्तर की पुष्टि उपयुक्त उदाहरणों द्वारा कीजिए।

(घ) उपभोक्ता की क्रय-प्रक्रिया में सन्निहित विभिन्न चरणों का विवेचन कीजिए। इसके साथ विक्रेता के लिए प्रत्येक चरण के निहितार्थों का भी विवेचन कीजिए।

2 Attempt any *three* of the following 5, 5, 5

(a) What is Reference Group ? What is its influence on the consumer purchase decisions ?

(b) What is marginal cost based pricing ? Under what conditions is it desirable to use this pricing strategy ?

(c) What is Family Life cycle ? What are its implications to marketing decision-making ?

[P T O

6458

( 4 )

(d) Explain the following terms used in marketing

(i) Marketing myopia (ii) Niche marketing

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन का उत्तर दीजिए .

(क) प्रमाण समूह से क्या तात्पर्य है? उपभोक्ता के क्रय-निर्णयो पर इसका क्या प्रभाव होता है?

(ख) सीमात लागत आधारित कीमत-निर्धारण से क्या तात्पर्य है? किन दशाओ में इस कीमत-निर्धारण रणनीति का उपयोग वाछनीय है?

(ग) परिवार जीवन चक्र से क्या तात्पर्य है? विपणन-निर्णयन के लिए इसके क्या निहितार्थ हैं?

(घ) विपणन में प्रयुक्त निम्नलिखित पदों को स्पष्ट कीजिए :

(i) विपणन निकट दृष्टिता

(ii) व्यवसाय-स्थान निर्दिष्ट विपणन

3 (a) Briefly discuss major branding decisions faced by a firm

(b) What is a new Product ? Discuss various stages involved in new product development 6, 9

(क) किसी फर्म के समक्ष उपस्थित प्रमुख ब्राडिंग-निर्णयो का सक्षेप में विवेचन कीजिए।

( 5 )

6458

- (ख) नए उत्पाद से क्या तात्पर्य है? नए उत्पाद के विकास में सन्निहित विभिन्न चरणों का विवेचन कीजिए।

अथवा (Or)

- (c) Discuss various factors that influence determination of price
- (d) What is demand Oriented Pricing? Discuss various methods that a firm can use for determining the demand-oriented price of its products 6, 9
- (ग) कीमत निर्धारण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए।
- (घ) माँगोन्मुख कीमत-निर्धारण से क्या तात्पर्य है? अपने उत्पादों के माँगोन्मुख कीमत निर्धारण के लिए किसी फर्म द्वारा प्रयुक्त किए जा सकने वाली विभिन्न विधियों का विवेचन कीजिए।
- 4 (a) Explain the communication process with the help of a diagram
- (b) Explain the nature of four basic promotion methods (viz advertising, personal selling, publicity and sales promotion) available to a marketing manager. What are the main strengths and limitations of each? 6, 9
- (क) एक आरेख की सहायता से संप्रेषण-प्रक्रिया को स्पष्ट कीजिए।

[P T O

- (ख) विपणन प्रबन्धक को उपलब्ध चार आधारभूत सवर्धन विधियों (अर्थात् विज्ञापन, वैयक्तिक विक्रय, प्रचार और विक्रय सवर्धन) के स्वरूप का विवेचन कीजिए। प्रत्येक की क्या क्षमताएँ और सीमाएँ हैं?

अथवा (Or)

- (c) Differentiate between merchant and agent middlemen Also briefly discuss importance of each to the marketer
- (d) Giving suitable examples, discuss various types of store and non-store based types of retailers 6. 9
- (ग) वणिक और अभिकर्ता विचौलिया में अंतर स्पष्ट कीजिए। विक्रेता के लिए प्रत्येक के महत्व का भी संक्षेप में विवेचन कीजिए।
- (घ) भंडार तथा भंडारेतर आधारित खुदरा व्यापारियों के विभिन्न प्रकारों का उपयुक्त उदाहरण सहित विवेचन कीजिए।
- 5 Write notes on any two of the following 7½, 7½
- (i) Distribution Logistics
  - (ii) Marketing legislations
  - (iii) Services Marketing
  - (iv) Challenges of rural marketing

( 7 )

6458

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर टिप्पणियाँ लिखिए :

- (i) वितरण सभार तंत्र,
- (ii) विपणन विधान;
- (iii) सेवा-विपणन;
- (iv) ग्रामीण विपणन की चुनौतियाँ।

*HowToExam.com*