

Roll No. : .....

Total Pages : 7

**4822**

**M.Com. (Previous) Business Administration  
Examination, 2018**

**MARKETING MANAGEMENT**

*Time : Three Hours*

*Maximum Marks : 100*

**PART-A**

[Marks : 20]

(खण्ड-अ)

Answer all questions (50 words each).

All questions carry equal marks.

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 50 शब्दों से अधिक न हो। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

**PART-B**

[Marks : 50]

(खण्ड-ब)

Answer *five* questions (250 words each). Select *one* question from each unit. All questions carry equal marks.

प्रत्येक इकाई से एक-एक प्रश्न चुनते हुए, कुल पाँच प्रश्न कीजिए।

प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 250 शब्दों से अधिक न हो।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

**PART-C**

[Marks : 30]

(खण्ड-स)

Answer any *two* questions (300 words each).

All questions carry equal marks.

कोई दो प्रश्न कीजिए। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 300 शब्दों से

अधिक न हो। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

4822/3,210/555/2

[P.T.O.]

**PART-A**

**( खण्ड-अ )**

**UNIT-I**

**(इकाई-I)**

1. (i) "Marketing has developed in an evolutionary rather than revolutionary fashion." Explain.

“विपणन का विकास उद्गमात्मक ढंग से न कि क्रान्तिकारी रूप में हुआ।” समझाइए।

- (ii) What do you mean by the term Marketing Organisation ?

विपणन संगठन से आप क्या समझते हैं ?

**UNIT-II**

**(इकाई-II)**

- (iii) Define Market Environment.

बाजार वातावरण को समझाइए।

- (iv) What criteria are used for segmenting a market ?

बाजार विभक्तीकरण के लिए किन-किन आधारों का प्रयोग किया जाता है।

**UNIT-III**

**(इकाई-III)**

- (v) What are the purpose of Sales Forecasting ?

विक्रय पूर्वानुमान के क्या उद्देश्य होते हैं ?

(vi) What is diversification ?

विविधीकरण क्या है ?

#### UNIT-IV

##### (इकाई-IV)

(vii) Define Resale Price Maintenance.

पुनः विक्रय कीमत अनुरक्षण को समझाइए।

(viii) What do you understand by Channel modification decision ?

माध्यम संशोधन निर्णय से आप क्या समझते हैं ?

#### UNIT-V

##### (इकाई-V)

(ix) What is meant by Buying Motives ?

क्रय प्रेरणा से क्या आशय है ?

(x) Integrated and Non-Integrated Research.

एकीकृत तथा गैर-एकीकृत अनुसन्धान।

#### PART-B

##### (खण्ड-ब)

#### UNIT-I

##### (इकाई-I)

2. Define Marketing and describe the Modern concept of Marketing. How does it differ from earlier concepts ?

विपणन की परिभाषा कीजिए और इसके आधुनिक विचार को समझाइए। यह पुराने विचार से किस प्रकार भिन्न है ?

3. Explain the different forms of Marketing Organisation.  
Which form do you consider better and why ?  
विपणन संगठन के विभिन्न प्रारूपों को समझाइए। किस प्रारूप को आप अच्छा मानते हैं और क्यों ?

### UNIT-II

#### (इकाई-II)

4. What do you understand by Marketing Environment ?  
What is the relation of Marketing Environment with Marketing Management ?  
विपणन पर्यावरण से आप क्या समझते हैं ? विपणन पर्यावरण का विपणन प्रबन्ध से क्या सम्बन्ध है ?
5. Write a detailed note on Market Segmentation and Marketing Strategy."  
बाजार विभक्तीकरण एवं विपणन नीति (व्यूहरचना) पर एक विस्तृत लेख लिखिए।

### UNIT-III

#### (इकाई-III)

6. State the factors influencing the level of a sales in a concern. What are the basic components and procedure of a comprehensive sales forecasting programme ?  
किसी उपक्रम के विक्रय स्तर को प्रभावित करने वाले तत्त्वों का उल्लेख कीजिए। एक व्यापक विक्रय पूर्वानुमान कार्यक्रम तैयार करने के लिए कौन-कौन से आधारभूत तत्त्व व विधियाँ होती हैं।

7. What do you mean by Product Development ? Explain its main elements, principles and advantages.

उत्पाद विकास से आप क्या समझते हैं ? इसके प्रमुख तत्वों, सिद्धान्तों तथा लाभों को समझाइए।

#### UNIT-IV

##### (इकाई-IV)

8. Explain the various factors that must be carefully considered by the sales manager while fixing the price of a product.

उन विभिन्न घटकों का परीक्षण कीजिए जिन पर किसी उत्पाद का मूल्य निर्धारण करते समय विक्रेता प्रबन्धक का ध्यानपूर्वक विचार करना चाहिए।

9. A manufacturer should always strive to select the lowest cost channel of distribution. Do you agree ? Discuss.

एक निर्माणक को सदैव ही वितरण की सस्ती प्रणाली के चुनाव का प्रयत्न करना चाहिए। क्या आप इससे सहमत हैं ? विवेचन कीजिए।

#### UNIT-V

##### (इकाई-V)

10. Define Consumer Behaviour. Discuss Buyer behavioural model.

उपभोक्ता व्यवहार को समझाइए। उपभोक्ता व्यवहार मॉडल को विवेचित कीजिए।

11. Differentiate between Marketing Research and Marketing Information System.

विपणन अनुसंधान व विपणन सूचना प्रणाली में अन्तर बताइए।

### **PART-C**

**(खण्ड-स)**

#### **UNIT-I**

**(इकाई-I)**

12. Discuss the importance of marketing for a Developing Society. What reasons are there for believing that marketing in India will be of increasing importance in future.

एक विकासशील समाज के लिए विपणन के महत्त्व की व्याख्या कीजिए। इस बात पर विश्वास करने के क्या कारण हैं कि भविष्य में विज्ञान का महत्त्व भारत में बढ़ता जायेगा।

#### **UNIT-II**

**(इकाई-II)**

13. Discuss the Environmental Threats and Opportunities (with examples) found in Marketing Environment in India.

भारत के विपणन पर्यावरण में पाये जाने वाले पर्यावरणीय अवसर एवं चुनौतियों का उदाहरण सहित वर्णन कीजिए।

### UNIT-III

#### (इकाई-III)

14. Explain the Marketing Strategies which may be adopted during the Life Cycle of Product.

एक उत्पाद के जीवन चक्र में जो विपणन रीतियाँ अपनाई जा सकती हैं उनको समझाइए।

### UNIT-IV

#### (इकाई-IV)

15. Discuss the important pricing objectives of a firm.

एक फर्म के कीमत निर्धारण के उद्देश्यों की विवेचना कीजिए।

### UNIT-V

#### (इकाई-V)

16. Define Marketing Research. Discuss scope and importance of marketing research with suitable examples.

विपणन अनुसंधान को परिभाषित कीजिए। विपणन अनुसंधान के क्षेत्र व महत्त्व को उपयुक्त उदाहरणों से विवेचित कीजिए।