

4307

**M.Com. (PREVIOUS) EXAMINATION, 2019
BUSINESS ADMINISTRATION
Paper – II
MARKETING MANAGEMENT**

Time: Three Hours

Maximum Marks: 100

PART – A (खण्ड – अ)

[Marks: 20]

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 (खण्ड – ब)

[Marks: 50]

Answer five questions (250 words each).

Selecting one 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 (खण्ड – स)

[Marks: 30]

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।

PART – A / खण्ड – अ

Q.1 (i) Define Marketing Management.

विपणन प्रबंधन को परिभाषित कीजिए।

(ii) Define Marketing Organisation.

विपणन संगठन को परिभाषित कीजिए।

(iii) Give two characteristics of marketing environment.

विपणन वातावरण की दो विशेषताएँ बताइये।

(iv) Give two benefits of market segmentation.

बाज़ार विभक्तिकरण के दो लाभ बताइए।

(v) What is Standardisation?

प्रमापीकरण क्या है?

(vi) Define sales forecasting.

बिक्री पूर्वानुमान को परिभाषित कीजिए।

(vii) Define Market Penetration Price Policy.

बाज़ार प्रवेशक मूल्य नीति को परिभाषित कीजिए।

(viii) Differentiate between Wholeseller and Retailer.

थोक व्यापारी एवं खुदरा विक्रेताओं में अंतर बताइये।

(ix) Explain Buying motives.

क्रय – प्रेरणायें समझाइये।

(x) What do you mean by Consumer Behaviour?

उपभोक्ता व्यवहार से आप क्या समझते हैं?

PART – B / खण्ड – ब

UNIT –I/ इकाई – I

Q.2 Differentiate old and new concept of marketing.

विपणन की पुरानी एवं नई अवधारणा में भिन्नता कीजिए।

Q.3 Explain different types of organisation.

संगठन के विभिन्न प्रकार समझाइये।

UNIT –II/ इकाई – II

Q.4 Explain the major component of Marketing Environment.

विपणन वातावरण के प्रमुख संघटकों को समझाइए।

Q.5 Discuss basis of market segmentation.

बाजार विभक्तिकरण के आधार का वर्णन कीजिए।

UNIT –III/ इकाई – III

Q.6 Explain the importance of Sales Forecasting.

बिक्री पूर्वानुमान के महत्व को समझाइए।

Q.7 Explain the steps in Product Development process.

उत्पाद विकास प्रक्रिया के चरण समझाइये।

UNIT –IV/ इकाई – IV

Q.8 Describe the factors affecting pricing decision.

कीमत निर्धारण को प्रभावित करने वाले घटकों का वर्णन कीजिये।

Q.9 Discuss the types of channels.

वितरण चैनलों के प्रकार का वर्णन कीजिए।

UNIT –V/ इकाई – V

Q.10 Explain in brief the different techniques of studying the consumer behaviour.

उपभोक्ता व्यवहार के अध्ययन करने की विभिन्न तकनीकों को संक्षेप में समझाइये।

Q.11 Explain Marketing Information system.

विपणन सूचना प्रणाली को समझाइये।

PART – C / खण्ड – स

Q.12 Define marketing management and give its significance.

विपणन प्रबंधन की परिभाषा एवं महत्व बताइए।

Q.13 Evaluate the various basis of market segmentation.

विपणन खण्डकरण के विभिन्न आधारों का मूल्यांकन कीजिए।

Q.14 Discuss the concept of Product life cycle. Evaluate its importance in marketing.

‘उत्पाद जीवन चक्र’ के विचार को समझाइये। विपणन में इसकी महत्ता का मूल्यांकन कीजिए।

Q.15 Explain the nature and importance of price decision in Marketing mix.

विपणन संमिश्र में कीमत निर्णयों का स्वभाव व महत्ता समझाइए।

Q.16 Write short notes on –

- (a) Marketing Research
- (b) Consumer Buying Behaviour

उपरोक्त पर लघु टिप्पणी लिखिए –

- (a) विपणन अनुसंधान
- (b) उपभोक्ता खरीदारी व्यवहार
