

2306

B.COM. (SECOND YEAR) 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) What do you mean by Marketing?
विपणन से आप क्या समझते हैं?
- (ii) What do you mean by Marketing Concepts?
विपणन विचार से आप क्या समझते हैं?
- (iii) Define Consumer-Behaviour.
उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिये।
- (iv) What is Market Segmentation?
बाजार–विभक्तिकरण क्या है?
- (v) What do you mean by “Price”?
“कीमत” से आप क्या समझते हैं?
- (vi) What do you mean by “Retail”?
फुटकर व्यापार से आप क्या समझते हैं?
- (vii) Define International Marketing.
अन्तर्राष्ट्रीय विपणन को परिभाषित कीजिये।
- (viii) What do you mean by “Domestic Marketing”?
“घरेलू–विपणन” से आप क्या समझते हैं?
- (ix) What is Export Policy?
निर्यात–नीति क्या है?
- (x) What do you mean by “Indent”?
“इन्डेण्ट” से आपका क्या आशय है?

PART – B / खण्ड– ब

UNIT –I/ इकाई – I

- Q.2 Clearly explain the nature and scope of Marketing.
विपणन की प्रकृति एवं क्षेत्र को स्पष्ट रूप से समझाइये।

OR/अथवा

- Clearly explain the nature of Marketing Environment.
विपणन वातावरण की प्रकृति को स्पष्ट रूप से समझाइये।

UNIT -II/ इकाई - II

Q.3 Briefly explain the models of consumer behaviour.

उपभोक्ता व्यवहार के विभिन्न मॉडल को संक्षेप में समझाइये।

OR/अथवा

Evaluate the various bases of Market-Segmentation.

बाज़ार-विभक्तिकरण के विभिन्न आधारों का मूल्यांकन कीजिए।

UNIT -III/ इकाई - III

Q.4 Describe the forces affecting Marketing-Mix.

विपणन-मिश्रण के घटकों की विवेचना कीजिये।

OR/अथवा

Describe the importance of Promotion Mix in Marketing.

विपणन में संवर्द्धन सम्मिश्रण के महत्व का वर्णन कीजिये।

UNIT -IV/ इकाई - IV

Q.5 Explain the similarities and differences between Domestic Marketing and International Marketing.

घरेलू विपणन तथा अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में समानताएँ तथा भिन्नताएँ बताइए।

OR/अथवा

Explain the importance of International Marketing.

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के महत्व की व्याख्या कीजिए।

UNIT -V/ इकाई - V

Q.6 Explain critically the EXIM Policy of Government of India.

भारत सरकार की आयात-निर्यात नीति की आलोचनात्मक व्याख्या कीजिए।

OR/अथवा

Explain the main objective of Export-Import Policy.

आयात-निर्यात नीति के प्रमुख उद्देश्यों को स्पष्ट कीजिये।

PART – C / खण्ड– स

Q.7 “Marketing Management is marketing concept in action.” Elucidate. Discuss the role of marketing management in developing and developed economics.

“विपणन प्रबन्ध विपणन अवधारणा की व्यावहारिक प्रयुक्ति है।” समीक्षा कीजिए। विकासशील एवं विकसित अर्थव्यवस्थाओं में विपणन प्रबन्ध की भूमिका की विवेचना कीजिए।

Q.8 What do you mean by Consumer Behaviour? What are buying motives of Consumer Behaviour? Describe in brief.

उपभोक्ता व्यवहार से आप क्या समझते हैं? एक उपभोक्ता व्यवहार के कौनसी क्रय प्रेरणाएँ होती हैं? संक्षेप में वर्णन कीजिए।

Q.9 What do you understand by Advertising? Explain the usefulness of advertising in modern business.

विज्ञापन से आप क्या समझते हैं? आधुनिक व्यवसाय में विज्ञापन की उपयोगिता को स्पष्ट कीजिए।

Q.10 Write an essay on International Marketing Environment.

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन वातावरण पर एक निबन्ध लिखिए।

Q.11 Discuss in detail the import procedure.

आयात प्रक्रिया का विस्तार से वर्णन कीजिए।
