

MO4005

Roll No. :

MAY 2023 (Semester)

MARKETING MANAGEMENT

निर्धारित समय : 3 घंटे]

[अधिकतम अंक : 60

Time allowed : 3 Hours]

[Maximum Marks : 60

नोट : (i) प्रश्न-पत्र में तीन सेक्शन ए, बी एवं सी हैं।

Note : There are **THREE** sections in the paper **A, B and C.**

(ii) सेक्शन ए में प्रश्न संख्या 1 के सभी 10 भागों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक भाग एक अंक का है एवं सभी 10 भाग वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्नों के हैं।

Answer **all the 10 parts of the question No. 1 in Section A. Each part carries one mark and all 10 parts have objective type questions.**

(iii) सेक्शन बी के 8 प्रश्नों में से किन्हीं 6 प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 3 अंक का है एवं इनका 5 लाइन / 50 शब्दों में उत्तर दीजिए।

Answer any 6 questions out of the 8 questions in **Section B. Each question carries 3 marks and to be answered within 5 lines / 50 words.**

(iv) सेक्शन सी के 6 प्रश्नों में से किन्हीं 4 प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 8 अंक का है एवं इनका 15 लाइन / 150 शब्दों में उत्तर दीजिए।

Answer any 4 questions out of the 6 questions in **Section C. Each question carries 8 marks and to be answered within 15 lines / 150 words.**

(v) प्रत्येक सेक्शन के सभी प्रश्नों को क्रमवार एक साथ हल कीजिए।

Solve **all the questions of a section consecutively together.**

(vi) दोनों भाषाओं में अन्तर होने की स्थिति में अंग्रेजी अनुवाद ही मान्य है।

Only **English version is valid in case of difference in both the languages.**

सेक्शन - ए

Section - A

1. (i) विपणन _____ से प्रारम्भ होता है तथा _____ की संतुष्टि पर ही समाप्त होता है।

(a) उपभोक्ता, विक्रेता

(b) उपभोक्ता, उपभोक्ता

(c) क्रेता, विक्रेता

(d) विक्रेता, विक्रेता

Marketing starts with _____ and ends with the satisfaction of _____.

(a) consumer, seller

(b) consumer, consumer

(c) buyer, seller

(d) seller, seller



(ii) विपणन की अवधारणा में सम्मिलित हैं

- | | |
|--------------------|--------------------|
| (a) उत्पाद अवधारणा | (b) विक्रय अवधारणा |
| (c) विपणन अवधारणा | (d) उपरोक्त सभी |

Concept of marketing includes –

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| (a) Product concept | (b) Selling concept |
| (c) Marketing concept | (d) All of the above |

(iii) उपभोक्ता व्यवहार के घटक हैं –

- | | |
|---------------------|-----------------------------|
| (a) व्यक्तिगत घटक | (b) सामाजिक घटक |
| (c) (a) व (b) दोनों | (d) उपरोक्त में से कोई नहीं |

Factors of consumer behaviour are –

- | | |
|---------------------|-------------------|
| (a) Personal factor | (b) Social factor |
| (c) Both (a) & (b) | (d) None of these |

(iv) संज्ञानात्मक सन्देशास्पद स्थिति का क्या कारण है ?

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| (a) क्रय राशि अधिक हो गयी हो। | (b) क्रय निर्णय महत्वपूर्ण हो। |
| (c) (a) व (b) दोनों | (d) कोई नहीं |

Reason behind cognitive dissonance is –

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|
| (a) Purchase price is high. | (b) Buying decision is important. |
| (c) Both (a) & (b) | (d) None of the above |

(v) बाजार विभक्तिकरण के व्यावहारिक आधार के घटक हैं –

- | | |
|----------------|---------------|
| (a) जीवन शैली | (b) क्रय अवसर |
| (c) जीवन मूल्य | (d) शिक्षा |

Factors of behavioural basis of market segmentation are –

- | | |
|--------------------|------------------------|
| (a) Life style | (b) Buying opportunity |
| (c) Values in life | (d) Education |

(vi) निम्न में से कौन सा 'P' विपणन मिश्रण के उत्पाद के अप्रत्यक्ष एवं प्रत्यक्ष लक्षणों को शामिल करता है ?

- | | |
|------------|---------------|
| (a) मूल्य | (b) स्थान |
| (c) उत्पाद | (d) संबर्द्धन |

Which one of the following 'P' of the marketing mix included tangible and intangible features of product ?

- | | |
|-------------|---------------|
| (a) Price | (b) Place |
| (c) Product | (d) Promotion |

(vii) पुनः विक्रय मूल्य विपणन मिश्रण के किस P का तत्त्व है

(a) उत्पाद

(b) मूल्य

(c) स्थान

(d) संबर्द्धन

Re-sale value is an element of which 'P' of marketing mix ?

(a) Product

(b) Price

(c) Place

(d) Promotion

(viii) निम्न में से कौन सा व्यष्टि वातावरण का घटक नहीं है ?

(a) जनसमूह

(b) आपूर्तिकर्ता

(c) ग्राहक

(d) तकनीकी वातावरण

Which one of the following is not a micro environmental factor ?

(a) Public groups

(b) Supplier

(c) Consumer

(d) Technological environment

(ix) ई-कॉमर्स के लिए निम्नांकित में से कौन सा तत्त्व विद्यमान होना चाहिए ?

(a) उत्पाद/सेवा

(b) ई-व्यापार

(c) विक्रय हेतु प्रस्ताव

(d) उपरोक्त सभी

For e-commerce, which one of the following element should be present ?

(a) Product/Service

(b) e-commerce

(c) Proposal for sale

(d) All of the above

(x) व्यावसायिक संस्थाओं के मध्य जो ई-विपणन होता है, वह व्यवसाय कहलाता है

(a) B to C मॉडल

(b) C to B मॉडल

(c) B to B मॉडल

(d) C to C मॉडल

The e-marketing which takes place in between business organisations is called

(a) B to C model

(b) C to B model

(c) B to B model

(d) C to C model

(1×10)

सेक्शन - बी

Section - B

2. विपणन से आप क्या समझते हैं ?

What do you mean by Marketing ?

(3)

3. विपणन के कोई दो क्षेत्र समझाइये ।

Explain any two scope of Marketing.

(3)

4. बाजार विश्लेषण कार्य क्या है ?

What is Market Analysis function ?

(3)

P.T.O.

5. उपभोक्ता व्यवहार के व्यक्तिगत घटकों के नाम लिखिये ।
Write name of personal factors of consumer behaviour. (3)
6. बाजार विभक्तिकरण से आप क्या समझते हैं ?
What do you understand by Market Segmentation ? (3)
7. विपणन मिश्रण के उत्पाद 'P' घटक को समझाइये ।
Explain Product 'P' factor of Marketing Mix. (3)
8. समष्टि वातावरण घटक का एक घटक समझाइये ।
Explain any one factor of Macro Environment Factor. (3)
9. C to C मॉडल को समझाइये ।
Explain C to C model. (3)
- सेक्शन – सी**
- Section – C**
10. विपणन किसे कहते हैं ? इसकी अवधारणा पर संक्षिप्त लेख लिखिए ।
What is Marketing ? Write a brief note on its concept. (2+6)
11. उपभोक्ता व्यवहार के निर्धारक तत्त्वों की व्याख्या कीजिये ।
Describe determinants of consumer behaviour. (8)
12. बाजार विभक्तिकरण किसे कहते हैं ? बाजार विभक्तिकरण के आधारों की व्याख्या कीजिये ।
What is Market Segmentation ? Describe bases for Market Segmentation. (2+6)
13. विपणन मिश्रण को समझाइये तथा विपणन मिश्रण के द्वारा विपणन व्यवस्था को समझाइये ।
Explain Marketing Mix and explain Marketing strategy through Marketing Mix. (2+6)
14. विपणन वातावरण के व्यष्टि वातावरणीय घटकों पर संक्षिप्त में लेख लिखिये ।
Write a brief note on Micro Environmental factors of Marketing Environment. (8)
15. ई-विपणन किसे कहते हैं ? इसके लाभों को विस्तार से समझाइये ।
What is e-marketing ? Explain its benefits in detail. (2+6)