

April - May 2019
B. Com. (Hons.) II Year (3 Y. D. C.) Examination

प्रबन्ध समूह
MANAGEMENT GROUP
 प्रथम प्रश्नपत्र : विपणन प्रबन्ध
Paper I : Marketing Management

Time 3 Hours]

[Max. Marks : Regular 40 / Private 50
 [Min. Marks : Regular 13 / Private 17

नोट : खण्ड अ, ब तथा स सभी नियमित एवं स्वाध्यायी विद्यार्थियों के लिए अनिवार्य है। प्रत्येक खण्ड में दिये गये निर्देशों का पालन करें। सभी के लिये अंक विभाजन योजना प्रश्नपत्र में वश्या अनुसार होगी। दृष्टि बाधित परीक्षार्थियों के लिये 60 मिनट अतिरिक्त समय की अनुमति है।

Section A, B and C are compulsory for all Regular and Private students. Please follow the instructions, given in each section. Marks distribution for all students are as shown in question paper. The blind candidates will be given 60 minutes extra time.

खण्ड अ : वस्तुनिष्ठ Section A : Objective

Regular 5x1=5 / Private 5x1=5

- विपणन प्रबन्ध का उद्देश्य है :
 (अ) लाभों में वृद्धि करना
 (ब) ग्राहकों का सृजन करना
 (स) ग्राहकों की संतुष्टि
 (द) उपरोक्त सभी।
 Objective of Marketing Management is to
 (a) Increase of profit
 (b) Create customers
 (c) Satisfaction to customers
 (d) All of above.
- 'मैस्लो' की आधारभूत क्रमबद्धता है :
 (अ) पांच
 (ब) छः
 (स) सात
 (द) आठ।
 'Maslow' hierarchy of needs are :
 (a) Five
 (b) Six
 (c) Seven
 (d) Eight.
- विक्रय संवर्द्धन के आर्थिक लाभ होते हैं :
 (अ) उपभोक्ताओं को
 (ब) मध्यस्थों को
 (स) उत्पादकों को
 (द) उपरोक्त सभी।
 Economic advantage of sales promotion are :
 (a) To consumer
 (b) To middleman
 (c) To producers
 (d) All of above.
- एक सफल विक्रेता के गुण हैं :
 (अ) उत्तम स्वास्थ्य
 (ब) कार्य शक्ति
 (स) हावभाव
 (द) उपरोक्त सभी।
 Qualities of a successful salesman are :
 (a) Sound health
 (b) Stamina
 (c) Postures
 (d) All of above.
- लेबलिंग है :
 (अ) ऐच्छिक
 (ब) आवश्यक
 (स) अनिवार्य
 (द) अनावश्यक।
 Labeling is :
 (a) Voluntary
 (b) Necessary
 (c) Compulsory
 (d) Unnecessary.

खण्ड ब : लघु उत्तरीय Section B : Short Answer

Regular 5x3=15 / Private 5x3=15

- उपभोक्ता व्यवहार मॉडल क्या है ?
 What is the Consumer Behaviour Models ?
 जवाब OR

इसका अर्थव्यवस्था को समझाएँ।
 Explain the Product Concept.

2. विपणन अवधारणा को समझाइए ।
Why changes should be done in Marketing Mix.
अथवा OR

सार्वजनिक भण्डारग्रहों के लाभ बताइये ।
Write advantages of Public Warehouses.

3. विज्ञापन की सीमाओं का वर्णन कीजिए ।
Describe limitation of Advertising.
अथवा OR

जीवनशक्ति के रूप में विक्रय क्या है ?
What is Selling as a Career ?

4. भौतिक वितरण के उद्देश्य का वर्णन कीजिए ।
Describe objectives of Physical Distribution.
अथवा OR

उत्पादन रेखा को स्पष्ट कीजिए ।
Explain Product Line.

5. बाजार विभक्तिकरण से क्या आशय है ?
What is meant by Market Segmentation ?
अथवा OR

विपणन पर्यावरण के सूक्ष्म अंगों से क्या आशय है ? <http://www.davvonline.com>
What is meant by Micro Components of Marketing Environment ?

खण्ड स : दीर्घ उत्तरीय Section C : Long Answer

Regular 5×4=20 / Private 5×6=30

1. बाजार विभक्तिकरण का क्या उद्देश्य है ? बाजारों को विभाजित करने के आधारों पर टिप्पणी कीजिए ।
What is objective of Market-Segmentation ? Write a note on bases of markets segmentation.
अथवा OR

उत्पाद नवाचार किसे कहते हैं ? उन कारणों को बताइए जो एक विपणन प्रबन्धक को उत्पाद नवाचार के लिए विवश कर देते हैं ?
What is Product Innovation ? State the reasons which compel a marketing manager for product innovation.

2. आधुनिक विपणन अवधारणा क्या है ? भारत में आधुनिक विपणन अवधारणा के महत्त्व को समझाइए ।
What is Modern Marketing Concept ? Explain the importance of Modern Marketing Concept in India.
अथवा OR

"व्यवसाय की सफलता या विफलता उसके विभिन्न वस्तुओं के मूल्य निर्धारण की नीति पर निर्भर करती है ।" विवेचना कीजिए ।
"The success or failure of a business depends to large extent on its price policy." Discuss.

3. वैयक्तिक विक्रय क्या है ? वैयक्तिक विक्रय की प्रविधि का संक्षेप में वर्णन कीजिये ।
What is Personal Selling ? Describe in brief the technique of personal selling.
अथवा OR

विपणन मिश्रण की अवधारणा और प्रकारों को समझाइये ।
Explain the concept of types of Marketing Mix.

4. ब्राण्ड की परिभाषा दीजिए । ब्राण्ड से क्या लाभ है ? क्या ब्राण्ड सामाजिक दृष्टि से बांछनीय है ?
Define Brand. What are the advantages of Brand ? Is the brand describe from local view ?
अथवा OR

वस्तुओं के विपणन में परिवहन के कार्यों को समझाइये । वस्तुओं के विपणन में सड़क एवं रेल परिवहन के तुलनात्मक लाभों को बताइये । <http://www.davvonline.com>

Explain the functions of transport in marketing goods. Give out the comparative advantages of road and railway transport in Marketing of Goods.

5. एक आदर्श विक्रेता से आप क्या समझते हैं ? एक सफल विक्रेता के गुण बताइये ।
What do you understand by Ideal Salesman ? Discuss the qualities of a successful salesman.
अथवा OR

विपणन अनुसंधान क्या है ? इसके महत्त्व की विवेचना कीजिए ।
What is Marketing Research ? Discuss its importance.

8/10/10-