

Total No. of Questions : 11]

[Total No. of Printed Pages : 8

**B.B.A. 3rd Semester (New)  
Examination, 2017**

**DN-104**

**MARKETING MANAGEMENT  
Paper : B-111**

Time : 3 Hours]

[Maximum Marks : 35

खण्ड-अ

(Section-A)

वस्तुनिष्ठ प्रश्न

(Objective Type Questions)

1×5=5

www.dhsgsu.com

नोट : आठ प्रश्नों में से किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

Attempt any five questions out of eight questions.

1. (i) विपणन संभावित उपभोक्ताओं को ..... में परिवर्तित करने की प्रक्रिया है।

(अ) वास्तविक उपभोक्ताओं

SY-104

( 1 )

Turn Over

(ब) भावी

(स) विपणक

(द) इनमें से कोई नहीं

Marketing is the process of converting the potential customers into .....

(a) Actual customers

(b) Prospective

(c) Marketers

(d) None of the above

- (ii) विपणन पर्यावरण है :

(अ) बृहत रूप से अनियंत्रित

(ब) तेजी से परिवर्तन

(स) विपणन निर्णयन को प्रभाव डालने वाले

(द) उपर्युक्त सभी

Marketing environment is :

(a) Largely uncontrollable

(b) Changing fast

(c) Influencing marketing decisions

(d) All of the above

SY-104

( 2 )

(iii) ग्राहकों के समजातीय उपखण्डन में बाजार का उपविभाजन करना कहलाता है :

- (अ) लक्ष्य बाजार (ब) बाजार विखण्डन  
(स) उत्पाद विभेदीकरण (द) इनमें से कोई नहीं

Sub dividing the market into homogeneous sub-section of customers is known as :

- (a) Target market  
(b) Market segmentation  
(c) Product differentiation  
(d) None of the above

(iv) तत्वों का समूह कीमत, उत्पाद, उन्नति तथा स्थान गठन करता है :

- (अ) बाजार मिश्रण (ब) विपणन मिश्रण  
(स) उत्पाद मिश्रण (द) प्रोन्नति मिश्रण

The group of elements price, product, promotion and place constitute :

- (a) Market mix  
(b) Marketing mix  
(c) Product mix  
(d) Promotion mix

SY-104

( 3 )

Turn Over

(v) ..... ब्राण्ड केवल उत्पाद की श्रेणी की ओर संकेत करते हैं।

- (अ) डीलर (ब) लाइसेंस  
(स) जेनेरिक (द) व्यक्तिगत

..... brands indicate only the product category.

- (a) Dealer (b) Licensed  
(c) Generic (d) Individual

(vi) उत्पाद के लिए मांग के आधार पर कीमत निर्धारण कहलाता है :

- (अ) लागत आधारित कीमत निर्धारण  
(ब) माँग आधारित कीमत निर्धारण  
(स) प्रतियोगिता आधारित कीमत निर्धारण  
(द) मूल्य आधारित कीमत निर्धारण

Setting price on the basis of the demand for the product is known as :

- (a) Cost based pricing  
(b) Demand based pricing  
(c) Competition based pricing  
(d) Value based pricing

SY-104

( 4 )

(vii) बहुत से विक्री केन्द्रों, जो सम्भव हों, की रणनीति के उपयोग को कहा जाता है :

- (अ) गहन वितरण (ब) एकजुट वितरण  
(स) विस्तृत वितरण (द) उपर्युक्त सभी

The strategy of using as many outlets as possible is called :

- (a) Intensive distribution  
(b) Cohesive distribution  
(c) Wide distribution  
(d) All of the above

(viii) निम्नलिखित में से कौनसा एक विक्रय प्रोन्नति नहीं है -?

- (अ) डिस्काउण्ट  
(ब) डीलर प्रतियोगिता  
(स) विज्ञापन  
(द) उपभोक्ता प्रतियोगिता

Which of the following is not a sales promotion tool ?

- (a) Discount  
(b) Dealer contest  
(c) Advertisement  
(d) Consumer contest

### खण्ड-य

(Section-B)

लघु उत्तरीय प्रश्न

(Short Answer Type Questions)

3×3=9

नोट : किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

Attempt any *three* questions.

2. विपणन की प्रकृति तथा क्षेत्र का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

Discuss the nature and scope of marketing in short.

3. एक फर्म की स्थिति निर्धारण रणनीति का उचित उदाहरण सहित वर्णन कीजिए।

Discuss the positioning strategies of a firm with suitable examples.

4. उत्पाद तथा उत्पाद मिश्रण क्या है ? विपणन प्रबन्धन में उत्पाद निर्णय क्यों महत्वपूर्ण है ? व्याख्या कीजिए।

What is product and product mix ? Why product decisions are important in marketing management ? Explain.

5. उपभोक्ता उत्पाद कंपनी के लिए उपलब्ध विभिन्न चैनलों का विस्तार से वर्णन कीजिए।

Elaborate various channels available to consumer product company.

6. विपणन अनुसंधान क्या है ? इसकी प्रक्रिया का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

What is Marketing Research ? Discuss the process of marketing research in brief.

**खण्ड-स**

(Section-C)

**दीर्घ उत्तरीय प्रश्न**

(Long Answer Type Questions) 7×3=21

नोट : किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

Attempt any three questions.

7. क्रेता की निर्णयन प्रक्रिया को विस्तार से समझाइए।

Elaborate the decision making process of buyer in detail.

8. विखण्डन क्या है ? उचित उत्पाद उदाहरणों द्वारा विखण्डन के विभिन्न आधारों का वर्णन कीजिए।

What is Segmentation ? Discuss various basis of segmentation with suitable product examples.

9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(अ) प्रोन्नति मिश्रण

(ब) MIS

(स) मूल्य निर्धारण रणनीति

Write short notes (any two) :

(a) Promotion mix

(b) MIS

(c) Pricing strategies

10. फर्म के लिए ब्राण्डिंग तथा पैकेजिंग के महत्व का वर्णन कीजिए।

Discuss the importance of Branding and Packaging for the firm.

11. चैनल प्रबन्धन पर एक विस्तृत नोट लिखिए।

Write a detailed note on channel management.