

**4822**

**M.Com. (Previous) Business Administration  
Examination, 2017**

**MARKETING MANAGEMENT**

*Time : Three Hours  
Maximum Marks : 100*

**PART-A** [Marks : 20]  
(खण्ड-अ)

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** [Marks : 50]  
(खण्ड-ब)

Answer *five* questions (250 words each). Select *one* question 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** [Marks : 30]  
(खण्ड-स)

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 )

### UNIT-I

(इकाई-I)

1. (i) Emerging Economics.  
उभरती हुई अर्थव्यवस्थाएँ।
- (ii) What do you mean by the term Marketing Organisation ?  
विपणन संगठन से आप क्या समझते हैं?

### UNIT-II

(इकाई-II)

- (iii) Organisational Environment.  
संगठनात्मक वातावरण।
- (iv) Benefits of Market Segmentation.  
बाजार विभक्तिकरण के लाभ।

### UNIT-III

(इकाई-III)

- (v) Limitations of Sales Forecasting.  
विक्रय पूर्वानुमान की सीमाएँ।
- (vi) Product Design.  
उत्पाद डिजाइन।

## UNIT-IV

### (इकाई-IV)

- (vii) Resale Price Maintenance.  
पुनः विक्रय कीमत अनुरक्षण।
- (viii) Sales direct to the consumer.  
उपभोक्ता को प्रत्यक्ष बिक्री।

## UNIT-V

### (इकाई-V)

- (ix) Integrated and Non-Integrated Research.  
एकीकृत तथा गैर-एकीकृत अनुसन्धान।
- (x) What is meant by Buying Motives ?  
क्रय प्रेरणा से क्या आशय है ?

## PART-B

### खण्ड-ब

## UNIT-I

### (इकाई-I)

2. An industrialist in his speech said, 'We are to produce what the people want and not what we can sell'. Critically analyse this statement.

एक उद्योगपति ने अपने भाषण में कहा, 'हमें वह उत्पादन करना है जो लोग चाहते हैं न कि जो हम बेच सकते हैं।' इस कथन का आलोचनात्मक विश्लेषण कीजिए।

3. Explain the different forms of Marketing Organisation. Which form do you consider better and why ?

विपणन संगठन के विभिन्न प्रारूपों को समझाइये। किस प्रारूप को आप अच्छा मानते हैं और क्यों?

## UNIT-II

### (इकाई-II)

4. What are the major components of marketing environment ? Discuss.

विपणन पर्यावरण के मुख्य तत्व कौन-कौन-से हैं? समझाइये।

5. Explain the term "Market Segmentation". What criteria are used for segmenting a market ?

बाजार विभक्तिकरण का अर्थ समझाइये। बाजार विभक्तिकरण के लिए किन-किन आधारों का प्रयोग किया जाता है ?

## UNIT-III

### (इकाई-III)

6. Define Sales Forecasting and discuss its various techniques.

विक्रय पूर्वानुमान की परिभाषा दीजिए तथा इसकी विभिन्न प्राविधियों को समझाइये।

7. Explain the marketing strategies which may be adopted during the Life Cycle of Product.

एक उत्पाद के जीवन-चक्र में जो विपणन रीतियाँ अपनाई जा सकती हैं उनको समझाइये।

## UNIT-IV

### (इकाई-IV)

8. Discuss the important pricing objectives of a Firm.

एक फर्म के कीमत निर्धारण के उद्देश्यों की विवेचना कीजिए।

9. What are the Opportunities and Threats before the Organised Indian Wholesaler ?

भारत के संगठित थोक विक्रेता के समक्ष क्या अवसर व चुनौतियां हैं?

## UNIT-V

### (इकाई-V)

10. Differentiate between Marketing Research and Marketing Information System.

विपणन अनुसंधान व विपणन सूचना प्रणाली में अन्तर बताइये।

11. Explain the determinants and importance of Consumer behaviour.

उपभोक्ता व्यवहार के निर्धारक तत्वों एवम् महत्ता की व्याख्या कीजिए।

## PART-C

( खण्ड-स )

### UNIT-I

(इकाई-I)

12. What are the functions of Marketing Management ?  
What is the relevance and importance of Marketing Management in a developing country ?

विपणन प्रबंध के क्या कार्य हैं? एक विकासशील देश में विपणन प्रबन्ध का क्या औचित्य एवं महत्त्व है?

### UNIT-II

(इकाई-II)

13. Is an understanding of market segments equally valuable in marketing of all kinds of goods and services ? For example, how would it help a Watch Manufacturing firm, a Car Manufacturer and a Banking Company ?

क्या बाजार वर्गों का ज्ञान सभी प्रकार की वस्तुओं एवं सेवाओं के क्रय-विक्रय में उतना ही महत्वपूर्ण होता है? उदाहरणार्थ यह किसी घड़ी निर्माण करने वाली फर्म, कार निर्माता तथा बैंकिंग कम्पनी के लिए किस प्रकार सहायक होगा?

### UNIT-III

#### (इकाई-III)

14. What do you mean by the term Sales Forecasting ? Explain the factors affecting Sales Forecast.

विक्रय पूर्वानुमान शब्द से आपका क्या अभिप्राय है ? विक्रय पूर्वानुमान को प्रभावित करने वाले घटकों की व्याख्या कीजिये।

### UNIT-IV

#### (इकाई-IV)

15. Explain the various factors that must be carefully considered by the Sales Manager while fixing the prices of a product.

उन विभिन्न घटकों का परीक्षण कीजिए जिन पर किसी उत्पाद का मूल्य निर्धारण करते समय विक्रेता प्रबन्धक को ध्यानपूर्वक विचार करना चाहिए।

### UNIT-V

#### (इकाई-V)

16. Write a note on Buyer Behavioural Model.

क्रेता व्यवहार मॉडल पर टिप्पणी लिखिये।

---