

0204

B.B.A. IInd SEMESTER EXAMINATION, 2019

Paper – IVth

Marketing Management

Time: Three Hours

Maximum Marks: 80

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: 40]

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: 20]

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 Answer all question -

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये –

- (a) What do you mean by E-Business?
ई-व्यवसाय से आपका क्या मतलब है?
- (b) What is Tele Marketing?
टेली मार्केटिंग क्या है?
- (c) Define Consumer behaviour.
उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित करें।
- (d) What do you understand by Market Segmentation?
बाज़ार विभक्तिकरण से आप क्या समझते हैं?
- (e) What do you mean by Marketing Mix?
विपणन मिश्र से आपका क्या मतलब है?
- (f) What do you understand by Sales Promotion?
विक्रय संवर्धन से आप क्या समझते हैं?
- (g) Define 'CRM'.
'CRM' को परिभाषित कीजिए।
- (h) Give any two limitation of CRM.
CRM की कोई दो सीमाएं दें।
- (i) What do you understand by Domestic Market?
घरेलू विपणन से आप क्या समझते हैं?
- (j) What do you understand by International Marketing?
अंतर्राष्ट्रीय विपणन से आप क्या समझते हैं?

PART – B / खण्ड – ब

UNIT – I/ इकाई – I

Q.2 What do you understand by the term 'Marketing'? Explain the core concepts of Marketing.

'विपणन' शब्द से आप क्या समझते हैं? विपणन की मुख्य अवधारणाएँ बताइए।

OR/अथवा

Q.3 What are the recent marketing innovations? Explain.

हाल ही में विपणन नवाचार क्या हैं? समझाएं।

UNIT – II/ इकाई – II

Q.4 Briefly explain the models of Consumer Behaviour.

संक्षेप में उपभोक्ता व्यवहार के मॉडल की व्याख्या करें।

OR/अथवा

Q.5 What are the basic elements that influence in selecting the strategy for market segmentation?

बाजार विभाजन के लिए रणनीति का चयन करने में मूल तत्व क्या हैं?

UNIT – III/ इकाई – III

Q.6 What are the main elements of a marketing mix?

विपणन मिश्रण के मुख्य तत्व क्या हैं?

OR/अथवा

Q.7 Describe the factors affecting marketing mix.

विपणन मिश्रण को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन करें।

UNIT – IV/ इकाई – IV

Q.8 Explain importance of CRM? Give appropriate example.

CRM का महत्व बताइए? उपयुक्त उदाहरण दें।

OR/अथवा

Q.9 Explain in detail Merits and Demerits of CRM.

CRM के लाभों और दोषों को विस्तार से बताएं।

UNIT – V / इकाई – V

Q.10 Define international marketing. How does it differ from domestic marketing?

अंतर्राष्ट्रीय विपणन को परिभाषित करें। यह घरेलू विपणन से कैसे भिन्न है?

OR / अथवा

Q.11 Write a brief note on 'challenges in International Marketing'.

अंतर्राष्ट्रीय विपणन में चुनौतियों पर एक संक्षिप्त नोट लिखें।

PART – C / खण्ड – स

Q.12 What do you mean by following terms:-

निम्नलिखित शब्दों से आपका क्या तात्पर्य है :-

(a) Relationship Marketing

विपणन संबंध

(b) Retail Marketing

खुदरा विपणन

(c) Green Marketing

ग्रीन मार्केटिंग

Q.13 What are the variables used for segmenting the market of FMCG goods?

एफएमसीजी सामानों के बाजार को विभक्तिकरण करने के लिए कौन से तत्वों का उपयोग किया जाता है?

Q.14 Discuss the marketing strategies that may be used at the introductory and maturity stages of the product life cycle.

उन मार्केटिंग रणनीतियों की चर्चा करें जिनका उपयोग उत्पाद जीवन चक्र के परिचयात्मक और परिपक्वता चरणों में किया जा सकता है।

Q.15 What the functional area of CRM in marketing, Explain it.

विपणन में सीआरएम का कार्यात्मक क्षेत्र क्या है, इसे स्पष्ट करें।

Q.16 Discuss the importance and scope of the international marketing.

अंतर्राष्ट्रीय विपणन के महत्व और क्षेत्र पर चर्चा करें।