

7305

**M. B. A. II Semester Examination, 2019
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 (500 words each).

All questions carry equal marks.

कोई दो प्रश्न कीजिए। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 500 शब्दों से अधिक न हो।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

PART – A / खण्ड – अ

Q.1 Answer all questions -

सभी प्रश्नों के उत्तर दें –

(a) What do you mean by Marketing?

विपणन का क्या मतलब है?

(b) What is the difference between Marketing and Selling concept?

विपणन और बिक्री अवधारणा के बीच क्या अंतर है?

(c) Define Consumer product and Industrial product.

उपभोक्ता उत्पाद और औद्योगिक उत्पाद को परिभाषित करें।

(d) Write the stages of Product Life Cycle.

उत्पाद जीवन चक्र के चरणों को लिखें।

(e) Write 4 objectives of Pricing Strategy.

मूल्य निर्धारण रणनीति के 4 उद्देश्य लिखें।

(f) List the components of Promotion Mix.

संवर्धन मिक्स के घटकों की सूची बनाएं।

(g) What do you mean by Channel Conflict?

प्रणाली संघर्ष से आपका क्या अभिप्राय है?

(h) Write the names of 4 stage process of channel conflict resolution.

प्रणाली संघर्ष समाधान के 4 चरण प्रक्रिया के नाम लिखें।

(i) What is Green Marketing?

हरित विपणन क्या है?

(j) Define Consumerism.

उपभोक्तावाद को परिभाषित करें।

PART – B / खण्ड – ब

UNIT – I/ इकाई – I

Q.2 Discuss the nature and scope of Marketing.

विपणन की प्रकृति और क्षेत्र पर चर्चा करें।

OR/ अथवा

Q.3 Define Marketing Information System (MIS). Discuss the components of MIS.

विपणन सूचना प्रणाली (MIS) को परिभाषित करें। MIS के घटकों पर चर्चा करें।

UNIT – II/ इकाई – II

Q.4 What are the basis of Market Segmentation?

बाजार विभाजन के आधार क्या हैं?

OR/ अथवा

Q.5 Explain in detail the stages of Product Life Cycle.

उत्पाद जीवन चक्र के चरणों के बारे में विस्तार से बताएं।

UNIT – III/ इकाई – III

Q.6 Discuss the components of Promotion Mix in detail.

संवर्धन मिक्स के घटकों पर विस्तार से चर्चा करें।

OR/ अथवा

Q.7 How to develop optimal Promotional Mix? Explain.

प्रचार मिश्रण कैसे विकसित करें? बताएं।

UNIT – IV/ इकाई – IV

Q.8 Discuss the steps of selection of Channel Management.

प्रणाली प्रबंधन के चयन के चरणों पर चर्चा करें।

OR/ अथवा

Q.9 Explain any one structure of Marketing in the organization.

संगठन में विपणन के किसी एक ढांचे की व्याख्या करें।

UNIT -V/ इकाई - V

Q.10 Define Globalization and reason for being Global. Discuss Market Entry Methods of Globalization.

वैश्वीकरण को परिभाषित करें और वैश्विक होने के कारण बताएं। वैश्वीकरण के बाजार प्रवेश के तरीकों पर चर्चा करें।

OR/ अथवा

Q.11 What is Green Marketing? How Green Marketing is creating a space in today's business?

हरित विपणन क्या है? हरित विपणन आज के कारोबार में कैसे जगह बना रही है?

PART - C / खण्ड - स

Q.12 Define Marketing Environment. Discuss in detail the Micro and Macro factors of Marketing Environment.

विपणन पर्यावरण को परिभाषित करें। विपणन पर्यावरण के सूक्ष्म और मैक्रो कारकों पर विस्तार से चर्चा करें।

Q.13 Define New Product Development and explain the process of New Product Development.

नए उत्पाद विकास को परिभाषित करें और नए उत्पाद विकास की प्रक्रिया की व्याख्या करें।

Q.14 Explain any 6 Pricing Strategies in Marketing Management.

विपणन प्रबंधन में किसी भी 6 मूल्य निर्धारण रणनीतियों की व्याख्या करें।

Q.15 Explain the stages & causes of Channel Conflict. Also discuss the conflict resolution styles.

प्रणाली संघर्ष के चरणों और कारणों की व्याख्या करें। संघर्ष समाधान शैलियों पर भी चर्चा करें।

Q.16 Write a short note on Consumerism in India.

भारत में उपभोक्तावाद पर एक संक्षिप्त नोट लिखें।