

Roll No.

Total Pages : 03

DMDE/M-20

4064

MARKETING MANAGEMENT

MC-505

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note : Attempt *Five* questions in all. Q. No. 1 (40 marks) is compulsory. Attempt *four* more questions (10 marks each) from remaining seven questions.

कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रश्न संख्या 1 अनिवार्य है (40 अंक) । शेष सात प्रश्नों में से अन्य चार प्रश्न (प्रत्येक 10 अंक) कीजिए ।

1. Write notes on the following :
 - (i) Buying Motives
 - (ii) Brand Equity
 - (iii) Labeling as a promotional tool
 - (iv) Consumer Promotion tools
 - (v) Wholesalers vs. Retailers
 - (vi) Instances of green marketing
 - (vii) Service Marketing mix.
 - (viii) International vs. Domestic Marketing
 - (ix) Sales Control
 - (x) Marketing Myopia

(2)L-4064(TR)

1

निम्नलिखित पर टिप्पणियाँ लिखिए :

- (i) खरीद प्रेरणा
- (ii) ब्राण्ड समानता
- (iii) उन्नतिशील उपकरण के रूप में लेबलिंग
- (iv) ग्राहक संवर्धन उपकरण
- (v) थोक विक्रेता बनाम फुटकर विक्रेता
- (vi) हरित विपणन के उदाहरण
- (vii) सेवा विपणन मिश्रण
- (viii) अन्तर्राष्ट्रीय बनाम घरेलू विपणन
- (ix) बिक्री नियंत्रण
- (x) विपणन मायोपिया (निकटदृष्टि दोष) ।

2. How organisations gain from practicing relationship marketing ? How is it practiced ?
संगठनों को संबंध विपणन प्रयोग से कैसे लाभ होता है ? इसका प्रयोग कैसे किया जाता है ?
3. Throw light on prominent elements of an advertising campaign.
एक विज्ञापन अभियान के प्रमुख तत्वों पर प्रकाश डालिए ।
4. Under what circumstances price change makes a sense ?
Give examples of companies gaining from initiating a price change.
किन परिस्थितियों में मूल्य भाव को बदल देता है ? मूल्य परिवर्तन प्रारम्भ करने से कम्पनियों को होने वाले लाभों का वर्णन कीजिए ।

(2)L-4064(TR)

2

5. Discuss various marketing mix strategies generally adopted during various stages of Product Life-Cycle.

उत्पाद जीवन-चक्र के विभिन्न स्तरों के दौरान सामान्य रूप से अपनायी जाने वाली विभिन्न विपणन मिश्रण रणनीतियों का वर्णन कीजिए ।

6. What are the impediments in New Product Development ? Discuss the entire New Product Development process taking the case of probable Covid 19 vaccine.

नये उत्पाद विकास में क्या बाधाएँ हैं ? सम्भाव्य कोविड-19 वैक्सीन के मामले को लेकर सम्पूर्ण नये उत्पाद विकास प्रक्रिया का वर्णन कीजिए ।

7. What are the various stages of consumer decision-making ? What clues are gathered by marketers from these ?

उपभोक्ता निर्णयन के विभिन्न स्तर क्या हैं ? विपणकों ने इनसे क्या प्रश्न एकत्रित किये हैं ?

8. What bases can be used to segment the market for mobile handsets ? What are the imperatives for a successful segmentation ?

मोबाइल हैंडसेट के लिए बाजार को विभाजित करने के लिए किन आधारों का उपयोग किया जा सकता है ? सफलतापूर्ण विभाजन के लिए क्या अनिवार्यताएँ हैं ?