

Roll .....

**MBA-10/MBAH-11((Masters of Business Administration)**

**DIM-10(Diploma in Management)**

**Second Semester,Examination-2012**

**CP1009**

**Marketing Management**

**Time : 3 Hours**

**Max Marks:60**

**Note: The question paper is divided into three sections; 'A', 'B', and 'C'. Detailed instructions are given in the respective sections.**

**SECTION – 'A'**  
**(Long-Answer-Type Questions)**

**Note: Answer any two (02) questions. Each question carries 15 marks.**

**[2X15=30]**

1. Explain the role of marketing management in economic development of India.  
Give a suitable examples in support of your answer.
2. Why is it necessary to understand marketing environment? Discuss controllable and uncontrollable marketing environment.
3. Discuss the difference between consumer market and business market. Explain the basis of segmenting consumer markets.
4. What role does marketing research play in decision-making process of a business? Discuss.

**SECTION – ‘B’**  
**(Short-answer-type Questions)**

Note: Answer any four (04) of the following. Length of each answer must be restricted to 250 words only. Each question carries 05 marks.

**[04X5 = 20]**

**5. Discuss any four (04) of the following;**

- 5.1 Product Life Cycle
- 5.2 Concept of marketing-mix
- 5.3 Role and functions of distribution channels.
- 5.4 Distinction between ‘products’ and ‘services’.
- 5.5 Objectives and functions of advertising.
- 5.6 Marketing Research Process.
- 5.7 Process of setting of prices.
- 5.8 Distinction between a ‘brand’ and a ‘trade-mark’.

**SECTION – ‘C’**  
**(Objective-type Questions)**

Note: All questions of this section are compulsory. Each question carries 01 mark.

**[01X10=10]**

**6. Answer the following in ‘True’ or ‘False’;**

- 6.1 Buying decision process starts with need-recognition.
- 6.2 Sales forecasting is used in selling and not in marketing.
- 6.3 Targeting involves customer-selection.
- 6.4 In marketing the abbreviation CRM refers to customer Relationship Modelling.
- 6.5 Selectivity in channels offers additional benefits to manufacturer, such as a few relationships to manage and less cost of interactions.

**7. Choose the correct answer option;**

7.1 Selling concept concentrates on which of the following?

- a. Buying Inertia
- b. Satisfying customers.
- c. Customer-needs
- d. Quality of product

7.2 Which of the following is not a function of marketing?

- a. Selling
- b. Transportation
- c. Risk-bearing
- d. None of these.

7.3 Which of the following is correct about holistic-marketing?

- a. Employees and customers
- b. Company and employees
- c. Customers and Company
- d. All of these.

7.4 Which of the following is the basic feature of services?

- a. Durability
- b. Homogeneity
- c. Intangibility
- d. Storability

7.5 Which of the following is not the basic consideration in setting the price of a new product?

- a. Advertising policies
- b. Acceptance of the product
- c. Maintaining the market
- d. Retaining the profits



Roll .....

**CP-1009**  
एम0बी0ए0 / डी0आई0एम0 (प्रबन्ध में डिप्लोमा)  
(द्वितीय सेमिस्टर)  
परीक्षा-2012  
विपणन प्रबन्ध

समय सीमा: 3 घंटे

अधिकतम अंक : 60

नोट: यह प्रश्न-पत्र 'अ' 'ब' तथा 'स' तीन खण्डों में विभक्त है। विस्तृत निर्देश सम्बन्धित खण्डों में दिए गये हैं।

खण्ड – अ  
(दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न)

नोट: किन्ही दो (02) प्रश्नों के उत्तर दीजिये। प्रत्येक प्रश्न के लिए 15 अंक निर्धारित हैं।

**[2X15=30]**

1. भारत के आर्थिक विकास में विपणन-प्रबन्ध की भूमिका की व्याख्या कीजिये। अपने उत्तर के समर्थन में उपयुक्त उदाहरण प्रस्तुत कीजिए।
2. विपणन पर्यावरण को समझना क्यों आवश्यक है? नियंत्रणीय तथा अनियंत्रणीय विपणन पर्यावरण की व्याख्या कीजिए।

3. उपभोक्ता-बाजार तथा व्यावसायिक-बाजार में अन्तर को समझाइये।  
उपभोक्ता-बाजार के विभक्तीकरण के आधारों को स्पष्ट कीजिये।
4. व्यापार की निर्णयन प्रक्रिया में विपणन शोध की क्या भूमिका है? व्याख्या कीजिए।

खण्ड – ब  
(लघु-उत्तरीय प्रश्न)

नोट: किन्ही चार (04) प्रश्नों के उत्तर दीजिए। कृपया प्रत्येक उत्तर को केवल 250 शब्दों में सीमित करें। प्रत्येक प्रश्न पांच (05) अंकों का है।

**[04X5 = 20]**

5. निम्न में से किन्ही चार (04) की व्याख्या कीजिए;

- 5.1 उत्पाद जीवन चक्र।
- 5.2 विपणन मिश्रण का विचार।
- 5.3 वितरण प्रवाह माध्यमों की भूमिका एवं कार्य।
- 5.4 'उत्पादों' तथा 'सेवाओं' में अंतर।
- 5.5 विज्ञापन के उद्देश्य एवं कार्य।
- 5.6 विपणन शोध प्रक्रिया।
- 5.7 मूल्य निर्धारण की प्रक्रिया।
- 5.8 'ब्राण्ड' तथा 'ट्रेड-मार्क' में अन्तर।

खण्ड – स  
(तथ्यनिष्ठ प्रश्न)

नोट: इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न एक (01) अंक का है।

[01X10=10]

6. निम्न के उत्तर 'सही' अथवा 'गलत' में दीजिए।

- 6.1 क्रय के निर्णय की प्रक्रिया आवश्यकता की पहचान से प्रारम्भ होती है।
- 6.2 विक्रय पूर्वानुमान का प्रयोग विक्रय में होता है, तथा विपणन में नहीं।
- 6.3 लक्ष्यीकरण के विचार में ग्राहक का चयन सम्मिलित है।
- 6.4 विपणन में अंग्रेजी संक्षिप्ताक्षर सी0आर0एम0 'कस्टमर रिलेशनशिप मॉडलिंग (ग्राहक सम्बन्ध निरूपण)' को सन्दर्भित करते हैं।
- 6.5 प्रवाह माध्यमों में चयनात्मकता निर्माणकर्ता को अतिरिक्त लाभ प्रदान करती है, जैसे कम सम्बन्धों का प्रबन्धन एवं पारस्परिक सम्बन्धों की कम लागत।

7. निम्न में सही उत्तर-विकल्प का चयन कीजिए;

7.1 विक्रय विचार निम्न में से किस पर केन्द्रित होता है?

- अ. क्रय करने में सुस्ती (आलस्य)।
- ब. ग्राहकों को संतुष्ट करना।
- स. ग्राहकों की आवश्यकतायें।
- द. उत्पाद की गुणवत्ता।

7.2 निम्न में से क्या विपणन का कार्य नहीं है?



**CP-1009**  
**एम0बी0ए0/डी0आई0एम0 (प्रबन्ध में डिप्लोमा)**  
**(द्वितीय सेमिस्टर)**  
**परीक्षा-2012**  
**विपणन प्रबन्ध**

समय सीमा: 3 घंटे

अधिकतम अंक: 60

नोट: यह प्रश्न-पत्र 'अ' 'ब' तथा 'स' तीन खण्डों में विभक्त है। विस्तृत निर्देश सम्बन्धित खण्डों में दिए गये हैं।

**खण्ड - अ**  
**(दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न)**

नोट: किन्हीं दो (02) प्रश्नों के उत्तर दीजिये। प्रत्येक प्रश्न के लिए 15 अंक निर्धारित हैं।

**[2X15=30]**

1. भारत के आर्थिक विकास में विपणन-प्रबन्ध की भूमिका की व्याख्या कीजिये। अपने उत्तर के समर्थन में उपयुक्त उदाहरण प्रस्तुत कीजिए।
2. विपणन पर्यावरण को समझना क्यों आवश्यक है? नियंत्रणीय तथा अनियंत्रणीय विपणन पर्यावरण की व्याख्या कीजिए।



3. उपभोक्ता-बाजार तथा व्यावसायिक-बाजार में अन्तर को समझाइये। उपभोक्ता-बाजार के विभक्तीकरण के आधारों को स्पष्ट कीजिये।
4. व्यापार की निर्णयन प्रक्रिया में विपणन शोध की क्या भूमिका है? व्याख्या कीजिए।

### **खण्ड - ब**

#### **(लघु-उत्तरीय प्रश्न)**

नोट: किन्ही चार (04) प्रश्नों के उत्तर दीजिए। कृपया प्रत्येक उत्तर को केवल 250 शब्दों में सीमित करें। प्रत्येक प्रश्न पांच (05) अंकों का है।

**[04X5 = 20]**

5. निम्न में से किन्ही चार (04) की व्याख्या कीजिए;

- 5.1 उत्पाद जीवन चक्र।
- 5.2 विपणन मिश्रण का विचार।
- 5.3 वितरण प्रवाह माध्यमों की भूमिका एवं कार्य।
- 5.4 'उत्पादों' तथा 'सेवाओं' में अंतर।
- 5.5 विज्ञापन के उद्देश्य एवं कार्य।
- 5.6 विपणन शोध प्रक्रिया।
- 5.7 मूल्य निर्धारण की प्रक्रिया।
- 5.8 'ब्राण्ड' तथा 'ट्रेड-मार्क' में अन्तर।

### **खण्ड - स**

### (तथ्यनिष्ठ प्रश्न)

नोट: इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न एक (01) अंक का है।

[01X10=10]

6. निम्न के उत्तर 'सही' अथवा 'गलत' में दीजिए।

- 6.1 क्रय के निर्णय की प्रक्रिया आवश्यकता की पहचान से प्रारम्भ होती है।
- 6.2 विक्रय पूर्वानुमान का प्रयोग विक्रय में होता है, तथा विपणन में नहीं।
- 6.3 लक्ष्यीकरण के विचार में ग्राहक का चयन सम्मिलित है।
- 6.4 विपणन में अंग्रेजी संक्षिप्ताक्षर सी0आर0एम0 'कस्टर रिलेशनशिप मॉडलिंग (ग्राहक सम्बन्ध निरूपण)' को सन्दर्भित करते हैं।
- 6.5 प्रवाह माध्यमों में चयनात्मकता निर्माणकर्ता को अतिरिक्त लाभ प्रदान करती है, जैसे कम सम्बन्धों का प्रबन्धन एवं पारस्परिक सम्बन्धों की कम लागत।

7. निम्न में सही उत्तर-विकल्प का चयन कीजिए;

7.1 विक्रय विचार निम्न में से किस पर केन्द्रित होता है?

- अ. क्रय करने में सुस्ती (आलस्य)।
- ब. ग्राहकों को संतुष्ट करना।
- स. ग्राहकों की आवश्यकतायें।
- द. उत्पाद की गुणवत्ता।

7.2 निम्न में से क्या विपणन का कार्य नहीं है?



**ANSWER – KEY**

**MBA-10/MBAH-11(Masters of Business Administration)**

**DIM-10(Diploma in Management)**

**Second Semester,Examination-2012**

**CP1009**

**Marketing Management**

**Q. No. 6**

**6.1 True**

**6.2 False**

**6.3 True**

**6.4 False**

**6.5 True**

**Q. No. 7**

**7.1 a**

**7.2 d**

**7.3 d**

**7.4 c**

**7.5 a**