

MARKETING MANAGEMENT

Time : Three Hours

Maximum Marks : 80

Note : Attempt *five* questions in all. Question No. 1 is compulsory. All questions carry equal marks :

1. Explain the following in short :

(a) Marketing Mix

विपणन मिश्रण

(b) Buying Motives

क्रय प्रेरणाएँ

(c) Test Marketing

टेस्ट मार्केटिंग

(d) Bundle Pricing

बंडल मूल्य निर्धारण

(e) Push and Pull Promotion

पुश और पुल संवर्धन

(f) Relationship Marketing

संबंध विपणन

2. Explain the modern concept of marketing. Discuss the scope and role of marketing in free and globalised economy.

विपणन की आधुनिक अवधारणा को समझाओ। स्वतंत्र और वैश्विक अर्थव्यवस्था में विपणन के क्षेत्र और भूमिका पर चर्चा कीजिए।

3. Explain the major variables used to segment consumer markets. Give example for each.

उपभोक्ता बाजारों को विभक्त करने के लिए प्रयुक्त प्रमुख चरों की व्याख्या कीजिए, प्रत्येक के लिए उदाहरण दें।

4. Briefly discuss the components and importance of MIS in the world of information technology.

सूचना प्रौद्योगिकी की दुनिया में एमआईएस के घटकों और महत्व पर संक्षेप में चर्चा कीजिए।

5. Discuss how marketing strategies change during the product's life cycle.

उत्पाद के जीवन चक्र के दौरान विपणन रणनीतियां कैसे बदलती हैं। चर्चा करें।

6. Explain the skimming and penetration pricing strategy with suitable examples.

उपयुक्त उदाहरणों के साथ स्किमिंग और पेनिट्रेशन मूल्य निर्धारण की रणनीति के बारे में बताएं।

7. Briefly discuss the various types and importance of channels of distribution in modern times.

आधुनिक समय में वितरण के चैनलों के विभिन्न प्रकारों और महत्व पर संक्षेप में चर्चा कीजिए।

8. What is marketing control ? How does a controlling marketing operation differ from controlling other business operation ? What techniques are commonly used in controlling marketing activities ?