

यह प्रश्न पत्र 2 मुद्रित पृष्ठों का है।

आपका रोल नंबर : \_\_\_\_\_

प्रश्न पत्र क्रमांक : 13427

यूनिक पेपर कोड : 2924002010

पेपर का नाम : फंडामेंटल्स ऑफ मार्केटिंग मैनेजमेंट

कोर्स का नाम : जनरल एलेक्टिव (BMS)

सेमेस्टर : VII

अवधि : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 90

उम्मीदवारों के लिए निर्देश:

1. प्रश्न पत्र प्राप्त होते ही सबसे ऊपर अपना रोल नंबर लिखें।
2. सभी प्रश्न समान अंक के हैं।
3. इस प्रश्न पत्र में कुल 5 प्रश्न हैं।
4. सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

प्रश्न 1

(a) मार्केटिंग की परिभाषा दीजिए तथा इसकी प्रकृति और क्षेत्र (स्कोप) पर चर्चा कीजिए। (9 अंक)

(b) BCG मैट्रिक्स का उपयोग करते हुए किसी भी भारतीय समूह (जैसे टाटा या रिलायंस)

के पोर्टफोलियो का विश्लेषण कीजिए। (9 अंक)

प्रश्न 2 (a) मार्केटिंग में पोजिशनिंग की संकल्पना तथा उसके महत्व पर चर्चा कीजिए। (9 अंक)

(b) एक नए ऑर्गेनिक स्किनकेयर ब्रांड के लिए बाज़ार विभाजन (सेगमेंटेशन) और पोज़िशनिंग योजना सुझाइए, जो शहरी युवा (मिलेनियल्स) को लक्षित करता हो। (9 अंक)

प्रश्न 3 (a) प्रोडक्ट मिक्स क्या है? विभिन्न प्रोडक्ट मिक्स रणनीतियों को समझाइए। (9 अंक)

(b) मांग की मूल्य लोच (Price Elasticity of Demand) किस प्रकार मूल्य निर्धारण रणनीति को प्रभावित करती है — स्मार्टफोन उद्योग के उदाहरण सहित समझाइए। (9 अंक)

प्रश्न 4 (a) सेल्स प्रमोशन और पब्लिक रिलेशंस (PR) के बीच मुख्य अंतर समझाइए। (9 अंक)

(b) उपभोक्ता वस्तुओं के विपणन में बिचौलियों (Intermediaries) के महत्व पर चर्चा कीजिए। (9 अंक)

प्रश्न 5 (a) सेवा विपणन (Service Marketing) में People, Process और Physical Evidence की प्रासंगिकता को समझाइए। (9 अंक)

(b) एक रेस्टोरेंट ग्राहक संतुष्टि और निष्ठा (Loyalty) बढ़ाने के लिए 7Ps का उपयोग किस प्रकार कर सकता है — समझाइए। (9 अंक)