

Roll No.

Total Pages : 3

MDE/D-23

4400

MARKETING MANAGEMENT

Paper-MC-106

Time Allowed : 3 Hours]

[Maximum Marks : 80

Note : Attempt **five** questions in all, Question No. **1** is compulsory. Attempt remaining **four** questions, out of remaining **seven** questions carrying 14 marks each.

कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रश्न संख्या 1 अनिवार्य है। शेष सात प्रश्नों में से चार प्रश्नों का प्रयास कीजिए। प्रत्येक के 14 अंक हैं।

Compulsory Question (अनिवार्य प्रश्न)

1. Discuss the following : 6×4=24

निम्नलिखित लघु प्रश्नों के उत्तर दीजिए:

(a) Marketing mix as a system.

एक प्रणाली के रूप में विपणन मिश्रण।

(b) Customer relationship management.

ग्राहक संबंध प्रबंधन।

(c) Product mix.

उत्पाद मिश्रण।

(d) Family branding.

पारिवारिक ब्रांडिंग।

(e) Sales promotion.

बिक्री संवर्धन।

(f) Ethical aspects of marketing.

मार्केटिंग के नैतिक पहलू।

2. What is Marketing orientation? Discuss its applications in the present time? 14

मार्केटिंग ओरिएंटेशन क्या है? वर्तमान समय में इसके अनुप्रयोगों पर चर्चा कीजिए।

3. What are the variables in the Marketing environment? How do they influence marketing? 14

विपणन परिवेश में चर क्या हैं? वे विपणन को कैसे प्रभावित करते हैं?

4. When do Marketers feel the need of Marketing research? How is it carried out? 14

विपणक को विपणन अनुसंधान की आवश्यकता कब महसूस होती है? इसे कैसे क्रियान्वित किया जाता है?

5. Which pricing Strategies are appropriate to use in different stages of product life cycle? 14

उत्पाद जीवन चक्र के विभिन्न चरणों में कौन सी मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ उपयोग करने के लिए उपयुक्त हैं?

6. What are the major steps in Creating advertising campaign?

14

विज्ञापन अभियान बनाने में प्रमुख चरण क्या हैं?

7. Explain the differences between Intensive, Selective and Exclusive method of distribution. 14

वितरण की गहन, चयनात्मक और विशिष्ट पद्धति के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए।

8. “Online marketing is Growing very fast.” Analyse this statement. 14

“ऑनलाइन मार्केटिंग बहुत तेजी से बढ़ रही है।” इस कथन का विश्लेषण कीजिए।