

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

Note : Answer all Questions. All Questions carry equal marks.

इकाई / UNIT-I

1. "जिस प्रकार विपणन किया वस्तु का उत्पादन पूर्ण होने पर प्रारम्भ नहीं होती है, उसी प्रकार यह वस्तु के अन्तिम बिक्री के साथ भी समाप्त नहीं होती है।" इस कथन की व्याख्या कीजिये।
"Just as marketing does not begin at the end of the production line, it does not end with the final sale." Explain this statement.

अथवा / OR

विपणन मिश्रण से आप क्या समझते हैं ? विपणन मिश्रण को प्रभावित करने वाली शक्तियों का वर्णन कीजिये।

What do you understand by marketing mix? Discuss the forces which affect the marketing mix.

इकाई / UNIT-II

2. बाजार विभाजक का क्या उद्देश्य है ? बाजार को विभाजित करने के आधारों पर विस्तृत नोट लिखिये।
What is the object of marketing Segmentation? Write a detail note on the basis of segmenting a market.

अथवा / OR

अभिप्रेरणा अनुसन्धान क्या है ? इसकी तकनीक को समझाइये।

What is motivational research? Explain its techniques.

इकाई / UNIT-III

3. उन घटकों का वर्णन कीजिये जो विपणन प्रबन्धक द्वारा अपनी वर्तमान उत्पाद शृंखला में किसी नये उत्पाद को जोड़ने का निर्णय लेते समय ध्यान में रखना पड़ता है।
Describe the factors which a marketing manager should keep in mind while taking decision of adding a new product in the product line.

अथवा / OR

वस्तु जीवन-चक्र की विभिन्न अवस्थाओं के समय कौन-कौन सी विपणन रीति-नीतियाँ अपनायी जाती हैं ? समझाइये।

Which strategies are being followed during various stages of product life cycle? Explain.

इकाई / UNIT-IV

4. वितरण वाहिकाओं में चुनाव के उन विभिन्न मार्गों का विवेचन कीजिये जो एक भारतीय उपभोक्ता माल उत्पाद को उपलब्ध है।

Discuss the various approaches to the selection of channels of distribution which may be made by manufacturing consumer goods in India.

अथवा / OR

'आन लाइन' विक्रय भारतीय परम्परागत मध्यस्थों के समक्ष एक गंभीर चुनौतियाँ हैं ? व्याख्या कीजिये।
'On Line' sells are serious challenges of traditional middleman in Indian? Discuss.

इकाई / UNIT-V

5. "यह कहा जाता है कि विक्रय संवर्द्धक विज्ञापन को प्रतिस्थापित नहीं करता बल्कि इसका पूरक है।" समझाइये।

"It is said the sales promotion does not replace advertisement but supplements it? Elucidate.

अथवा / OR

विपणन के क्षेत्र में सेवा विपणन की नवीनतम प्रवृत्तियाँ क्या हैं ? इसकी संभावनाओं पर विस्तृत नोट लिखिये।

In the area of marketing what is the new trends of service marketing? Discuss their future possibilities in detail.