

Seat No. : \_\_\_\_\_

**NE-103(H)**  
November-2021  
**B.Com., Sem.-V**  
**CC-302 : Commerce**  
**(Marketing Management in Practice)**

Time : 2 Hours]

[Max. Marks : 50

(Hindi Version)

- निर्देश : (1) खण्ड-I के सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।  
(2) खण्ड-I से किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर लिखिए ।  
(3) खण्ड-II का प्रश्न-5 अनिवार्य है ।

**खण्ड – I**

1. (A) उपभोक्ता संबंध प्रबंधन के महत्त्व को समझाइए । 10  
(B) सेवाओं के विपणन को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन करें । 10
2. (A) फूटकर व्यापार का अर्थ देकर, उसके प्रकारों की चर्चा करें । 10  
(B) भारत में फूटकर व्यापारी की परिस्थिति का वर्णन करें । 10
3. (A) ग्रामीण विपणन का अर्थ एवं महत्त्व समझाइए । 10  
(B) ग्रामीण बाजार में उत्पाद व्यूहरचना की चर्चा करें । 10
4. (A) प्रकरण-अध्ययन पद्धति का महत्त्व समझाइए । 10  
(B) प्रकरण-अध्ययन को प्रभावी बनाने वाले मार्गदर्शक सिद्धांतों को लिखिए । 10

## खण्ड – II

5. निम्न प्रश्नों के संक्षिप्त में उत्तर दीजिए : (कोई पाँच)

10

- (1) स्थानलक्षी सेवा विपणन से क्या तात्पर्य है ?
  - (2) उपभोक्ता संबंध प्रबंधन कार्यक्रम के चार कारक लिखिए ।
  - (3) उपभोक्ता संतोष नापने की पद्धति लिखिए ।
  - (4) फूटकर बिक्री की कोई चार प्रवृत्तियाँ लिखें ।
  - (5) भारत में शॉपिंग मॉल के प्रसार के कोई भी चार परिबल लिखिए ।
  - (6) बिना लाभ की वितरण कडी से क्या तात्पर्य है ?
  - (7) ग्रामीण बाजार में उत्पाद की सुपुर्दगी करने में चार अवरोध लिखिए ।
  - (8) ग्रामीण सेल्समेनों की कोई चार लाक्षणिकताएँ लिखिए ।
  - (9) ग्रामीण माहिती संचार को प्रभावित करने वाले कोई चार परिबल लिखिए ।
  - (10) गुजरात प्रवासन विकास निगम के कार्य बतलाइए ।
  - (11) रूडी-सेवा (RUDI-SEVA) की स्थापना के उद्देश्य लिखिए ।
  - (12) “FMCG” का पूरा नाम लिखिए ।
-