

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

# FC-106(H)

February-2025

M.Com., Sem.-I

403 : Marketing Management

Time : 2:30 Hours]

[Max. Marks : 70

(Hindi Version)

## विभाग-I

1. विपणन एवं विपणन प्रबंधन की परिभाषा दीजिए। विपणन के क्षेत्र की संक्षेप में चर्चा कीजिए। मुख्य विपणन संकल्पना का सविस्तार वर्णन कीजिए। 14

### अथवा

1. विपणन योजना की विषय-वस्तु की चर्चा कीजिए। विपणन अनुसंधान एवं विपणन अनुसंधान की संकल्पनाओं की सविस्तार चर्चा कीजिए। 14

2. निम्न में से किन्हीं दो का उत्तर दीजिए : 14

- (1) उत्पाद जीवन चक्र एवं विपणन रणनीतियाँ
- (2) खरीदी निर्णय प्रक्रिया
- (3) प्रतिस्पर्धियों की पहचान एवं विश्लेषण
- (4) विभाजन, लक्ष्यीकरण एवं स्थानन

3. मूल्य-निर्धारण क्या है ? व्यापारिक संस्थाओं द्वारा लागू की जाने वाली विभिन्न मूल्य-निर्धारण रणनीतियों एवं कार्यक्रमों का वर्णन कीजिए। 14

### अथवा

3. ग्राहक दत्तक प्रक्रिया का विस्तार से वर्णन कीजिए। नए उत्पाद विकास प्रक्रिया पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए। 14

4. उत्पादकों द्वारा अपने उत्पादों को बेचने के लिए प्रभावी संदेश के लिए क्या उपाय या सोपान लिए जाने चाहिए। प्रभावी विपणन संदेश की प्रक्रिया में कौन सी अवस्थाएँ शामिल हैं ? 14

### अथवा

4. सेवाओं का स्वरूप क्या है ? सेवाओं के विशिष्ट लक्षण विपणन रणनीतियों को किस प्रकार प्रभावित करते हैं ? सेवा फर्मों के लिए प्रभावी विपणन रणनीतियों की सोदाहरण चर्चा कीजिए। 14

## विभाग-II

5. सही उत्तर चुनिए : (कोई सात) 14

- (1) निम्न में से कौन सा पैकेजिंग का लक्षण नहीं है ?
- |             |            |
|-------------|------------|
| (a) सरलीकरण | (b) आकर्षक |
| (c) सलामती  | (d) टिकाऊ  |

- (2) संस्थान की दृष्टि से सेवा विपणन के प्रकारों में निम्न में से क्या शामिल नहीं है ?
- (a) आंतर-क्रियात्मक विपणन (b) आंतरिक विपणन  
(c) विशिष्ट विपणन (d) बाह्य विपणन
- (3) माँग के गिरने पर व्यापारिक इकाइयाँ निम्न में से कौन सी विपणन रणनीति अपनाती हैं ?
- (a) कारुन्टर मार्केटिंग (b) सिंक्रो मार्केटिंग  
(c) रि-मार्केटिंग (d) स्टिमुलेशन मार्केटिंग
- (4) अंतर्राष्ट्रीय विपणन में व्यापारिक इकाइयाँ बहु विदेशी बाजारों में एक साथ प्रवेश करती हैं, तो यह रणनीति कहलाती है \_\_\_\_\_
- (a) स्टेप-डाउन रणनीति (b) स्प्रिंकलर रणनीति  
(c) वाटरफॉल रणनीति (d) ग्लोबल रणनीति
- (5) मार्केटिंग के 4'C इनके द्वारा दिये गये हैं
- (a) नील एच. बोर्डेन (b) माइकल पोर्टर  
(c) फिलिप कोटलर (d) बॉब लॉटरबॉर्न
- (6) निम्न में से कौन सा ग्राहक व्यवहार को प्रभावित करने वाला मुख्य कारक है ?
- (a) आर्थिक स्थिति (b) सांस्कृतिक प्रभाव  
(c) मनोवैज्ञानिक कारक (d) यह सभी
- (7) बाज़ार विभाजन का मुख्य उद्देश्य क्या है ?
- (a) उत्पादन क्षमता पर ध्यान केंद्रित करना  
(b) समान आवश्यकताओं और लक्षणों के आधार पर बाज़ार को भिन्न-भिन्न समूहों में बाँटना  
(c) ग्राहक आवश्यकताओं को समझे बिना उत्पाद विविधता बढ़ाना  
(d) स्पर्धात्मक विश्लेषण टालना
- (8) बाज़ार में दीर्घकालिक सफलता प्राप्त करने के लिए, ग्राहक आवश्यकताओं की पूर्ति एवं मूल्य उत्पन्न करने पर कौन सा अभिगम केंद्रित है ?
- (a) उत्पादन अभिगम (b) उत्पाद अभिगम  
(c) विक्रय अभिगम (d) बाज़ार अभिगम
- (9) विपणन प्रबंधन के मुख्य कार्य में निम्न में से क्या शामिल नहीं है ?
- (a) विपणन अनुसंधान करना (b) विपणन रणनीति और योजना विकसित करना  
(c) उत्पादन प्रक्रिया की देखरेख (d) दीर्घकालिक वफादारी संबंध बनाना
- (10) निम्न में से कौन सा उत्पादन रणनीति का मुख्य घटक नहीं है ?
- (a) उत्पादन वर्गीकरण (b) मूल्य-निर्धारण रणनीतियाँ योजित करना  
(c) पैकेजिंग एवं लेबलिंग (d) प्रतिस्पर्धी मूल्य-निर्धारण विश्लेषण