



उत्तराखंड मुक्त विश्वविद्यालय हल्द्वानी (नैनीताल)

Programme Name-BBA-Fifth Semester

कार्यक्रम का नाम- बेचलर ऑफ बिज़नेस एडमिनिस्ट्रेशन - पंचम सेमेस्टर

Programme Code- BBA12 / BBAH-11

कार्यक्रम कोड- BBA12/ BBAH-11

Course Name- Marketing Management

कोर्स शीर्षक- विपणन प्रबंध

Course Code- BBA 501

Maximum Marks-40

अधिकतम अंक -40

कोर्स कोड – BBA 501

Session -2014-15, Summer

सत्र: 2014&15 ,ग्रीष्मकालीन

Last Date of Submission: 31st January, 2015 (जमा करने की अन्तिम तिथि 31 जनवरी 2015)

Section-A

भाग क

Section 'A' contains 08 short answer type questions of 5 marks each. Learners are required to answer 4 questions only. Answers of short answer-type questions must be restricted to 250 words approximately.

भाग क में आठ लघु उत्तरों वाले प्रश्न दिए गए हैं इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पांच अंक निर्धारित हैं तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 250 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।

Discuss the following (1-8) –

निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:

1. Marketing Management
विपणन प्रबंध
2. Difference between marketing research and MIS?
विपणन अनुसंधान और एमआईएस के बीच में अंतर।
3. Consumer behaviour
उपभोक्ता व्यवहार
4. Exploratory vs. Descriptive research
खोजपूर्ण बनाम वर्णनात्मक अनुसंधान।
5. Different elements of brand equity
ब्रांड इक्विटी के विभिन्न तत्व।

6. Functions of a wholesaler.

थोक व्यापारी के कार्य |

7. “Advertising is a waste” Discuss.

“विज्ञापन बेकार है” चर्चा कीजिए |

8. Functions performed by channel intermediaries.

चैनल मध्यस्थों द्वारा निष्पादित कार्य |

Section-B

भाग ख

Section ‘B’ contains 04 long answer-type questions of 10 marks each. Learners are required to answers 02 questions only.

भाग ख में चार दीर्घ उत्तरों वाले प्रश्न दिए गए हैं। इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए दस अंक निर्धारित हैं।

1. a) Define the modern concept of Marketing. Distinguish between marketing and selling.

विपणन की आधुनिक अवधारणा को परिभाषित कीजिए। विपणन और बिक्री के बीच अन्तर स्पष्ट कीजिए |

b) Explain the nature and Importance of marketing.

विपणन की प्रकृति और उसके महत्व को समझाविए |

2. Give a brief overview of the marketing environment. Why is it important for marketers to study the marketing environment?

विपणन पर्यावरण का संक्षिप्त विवरण दीजिए। विपणकों के लिए विपणन पर्यावरण का अध्ययन करना क्यों महत्वपूर्ण है?

3. What are the stages in Product Life cycle? Discuss objectives, characteristics and strategies, under each stage.

उत्पाद के जीवन चक्र में कौन से चरण हैं? प्रत्येक चरण के उद्देश्य, विशेषताओं और रणनीतियों पर चर्चा कीजिए |

4. Critically discuss the different sales promotion techniques.

विक्रय संवर्धन की विभिन्न विधियों का आलोचनात्मक वर्णन कीजिए |