

**UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)****उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय हल्द्वानी (नैनीताल)****CERTIFICATE COURSE IN SALESMANSHIP &  
mARKETING  
ASSIGNMENT****विक्रय कला एवं विपणन में प्रमाण पत्र सत्रीय कार्य*****Last Date of Submission: 15 Jan 2011 (जमा करने की अन्तिम तिथि: 15 जनवरी 2011)*****Course Title: Marketing for Managers****Course Code: C. C. S. M.-02****कोर्स शीर्षक : प्रबन्धकों के लिये विपणन****कोर्स कोड: सी0 सी0 एस0 एम0- 02****Year: 2010-11****Maximum Marks: 40****सत्र- 2010.11****अधिकतम अंक-40****Section 'A'****भाग 'क'**

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

भाग 'क' में आठ लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये 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।

**Briefly discuss the following:**

**निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:**

- 1. Marketing strategy.**  
विपणन रणनीति।
- 2. Marketing organization helpful in achieving company's goals.**  
विपणन संगठन कम्पनी के लक्ष्य प्राप्ति में सहायक है।
- 3. Marketing research is necessary for strong marketing strategy.**  
सुदृढ़ विपणन रचना के लिये विपणन अनुसंधान आवश्यक है।
- 4. Buying motives affects the consumer behaviour.**

- क्रय प्रेरणा क्रेता व्यवहार को प्रभावित करती है ।
5. Purchase behaviour of Indian customer.  
भारतीय उपभोक्ता का क्रय व्यवहार ।
  6. Difference between brand & trade mark.  
ब्राण्ड और ट्रेडमार्क में अन्तर ।
  7. Government control on prices.  
मूल्यों पर सरकारी नियंत्रण।
  8. Non-price competition.  
मूल्य विहीन प्रतियोगिता।

### 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 उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए दस अंक निर्धारित हैं।

1. Discuss the objectives of Market Segmentation. What are the bases of Market Segmentation?  
बाजार विभक्तिकरण के उद्देश्यों की विवेचना किजिये। बाजार विभक्तिकरण के लिये कौन- कौन से आधार हैं?
2. Explain the importance of marketing research in modern era. What is the role of Marketing research in decision-making?  
आधुनिक समय में विपणन अनुसंधान के महत्व पर चर्चा किजिये। निणयन में विपणन अनुसंधान का क्या योगदान हैं?
3. What is mean by Product Life Cycle? Explain the factors affecting product life cycle.

वस्तु जीवन चक्र से क्या अर्थ है? वस्तु जीवन चक्र को प्रभावित करने वाले घटकों की व्याख्या किजिये।

4. Define advertisement. Discuss its purposes and usefulness in a modern business.

विज्ञापन को परिभाषित किजिये। आधुनिक व्यवसाय में इसके उद्देश्य एवं उपयोगिता पर चर्चा किजिये।