



UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी (नैनीताल)

CERTIFICATE COURSE IN SALESMANSHIP & mARKETING (CCSM-10)
ASSIGNMENT

विक्रय कला एवं विपणन में प्रमाण पत्र सत्रीय कार्य

Last Date of Submission: 15 Jan, 2012

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: 2011-12 (Summer)

Maximum Marks: 40

सत्र. 2011-12

अधिकतम अंक-40

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: (Que. 1 to Que. 8)

निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए : (प्र० 1 से प्र० 8)

1. Benefits of Advertisement.

विज्ञापन के लाभ।

2. Objectives of Personal Selling.

वैयक्तिक विक्रय के उद्देश्य।

3. Objectives of Pricing.

कीमत निर्धारण के उद्देश्य।

4. Marketing Research.

विपणन अनुसंधान।

5. Cyber Marketing.

साइबर विपणन।

6. Buying Motives.

क्रय प्रेरणा।

7. Brand.

ब्रांड।

8. Service Marketing.

सेवा विपणन।

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. Distinguish between brand and trade mark. Why are products branded? Explain the various brand policies that a firm should consider when formulating a brand strategies.
ब्रांड एवं ट्रेडमार्क में क्या अन्तर है? उत्पादों को ब्रांड रूप क्यों दिया जाता है? विभिन्न ब्रांड नीतियों का वर्णन कीजिए जिन पर एक ब्रांड रणनीति बनाते समय विचार करना चाहिए।
2. Define marketing management and also discuss in detail the functions of marketing manager.
विपणन प्रबंध की परिभाषा दीजिए एवं विपणन प्रबंधक के कार्यों को विस्तारपूर्वक बताइये।
3. Define consumer behaviour and describe its relevance in marketing decision making.
उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिए एवं इसकी विपणन निर्णय प्रक्रिया में प्रासंगिकता बताइये।
4. What is market segmentation? What is its relevance in marketing? Discuss in detail different basis for segmentating the market.
बाजार विभक्तिकरण क्या है? इसकी विपणन में क्या प्रासंगिकता है? बाजार को विभक्त करने वाले विभिन्न आधारों की विस्तारपूर्वक चर्चा कीजिए।

श्रद्धावान् लभते ज्ञानम्