



उत्तराखंड मुक्त विश्वविद्यालय हल्द्वानी (नैनीताल)

Programme Name-MBA-Second Semester/Diploma in Management –Second Semester

कार्यक्रम का नाम- मास्टर ऑफ बिज़नेस एडमिनिस्ट्रेशन- द्वितीय सेमेस्टर

Programme Code-MBA-12/DIM-10

कार्यक्रम कोड- MBA-12/DIM-10

Course Name-Marketing Management

कोर्स शीर्षक- विपणन प्रबंध

Course Code-CP1009

Maximum Marks-40

कोर्स कोड - CP1009

अधिकतम अंक –40

Session -2012-13, Summer

सत्र: 2012–13, ग्रीष्मकालीन

Last Date of Submission: 15 July, 2013 जमा करने की अन्तिम तिथि 15 जुलाई, 2013)

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 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।

Discuss the following (1-8) –

निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:

1. Relationship marketing संबंध विपणन
2. Product Line उत्पाद रेखा/पंक्ति
3. Marketing myopia विपणन निकट-दृष्टिता
4. Sales concept vs. marketing concept विक्रय अवधारणा बनाम विपणन अवधारणा
5. Socio-Cultural environment सामाजिक और सांस्कृतिक पर्यावरण
6. Factors that affect pricing decisions मूल्य निर्धारण के फैसलों को प्रभावित करने वाले कारक
7. Sales promotion विक्रय संवर्धन
8. Direct Marketing प्रत्यक्ष विपणन

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 various philosophies of marketing.
विपणन के विभिन्न दर्शनों की चर्चा कीजिए।
2. Explain the steps involved in Consumer Buying-Decision Process. How is the knowledge of this process useful to marketing organizations?
उपभोक्ता क्रय-निर्णय प्रक्रिया में शामिल चरणों के बारे में बताइए। कैसे इस प्रक्रिया का ज्ञान विपणन संगठनों के लिए उपयोगी है?
3. What is market segmentation? What are the major bases for segmentation? Highlight the rationale of market segmentation in Indian markets.
बाजार विभाजन क्या है? विभाजन के लिए प्रमुख आधार क्या हैं? भारतीय बाजारों में बाजार विभाजन के औचित्य पर प्रकाश डालिए।
4. Discuss the relative merits and demerits of the various modes of entry by companies in the international market.
अंतरराष्ट्रीय बाजार में कंपनियों के द्वारा प्रवेश के विभिन्न साधनों के सापेक्ष गुण तथा दोषों पर चर्चा कीजिए।