

UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)



उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय हल्द्वानी (नैनीताल)

Programme Name-MBA-Fourth Semester/PGDMM-Second Semester

कार्यक्रम का नाम- मास्टर ऑफ बिज़नेस एडमिनिस्ट्रेशन-चतुर्थ सेमेस्टर

Programme Code- MBA-12 /PGDMM-10

कार्यक्रम कोड- MBA-12 /PGDMM-10

Course Name-Industrial Marketing

कोर्स शीर्षक- औद्योगिक विपणन

Course Code-MM2204

Maximum Marks-40

कोर्स कोड - MM2204

अधिकतम अंक -40

Session -2013-14,Summer

सत्र: 2013-14,ग्रीष्मकालीन

Last Date of Submission: 15 June , 2014 (जमा करने की अन्तिम तिथि 15 जून ,2014)

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 उत्तरों वाले प्रश्न दिये गये हैं इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पांच अंक निर्धारित है तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 250 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।

Discuss the following (1-8) –

निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:

1. Joint Venture
संयुक्त उद्यम |
2. Benchmarking
बेंचमार्किंग |
3. Market Testing Methods
बाजार परीक्षण की विधियाँ |
4. Process of segmentation.
विभक्तिकरण की प्रक्रिया |
5. Target Marketing

- लक्ष्य विपणन |
6. Innovation
नवीनीकरण |
7. Objectives of pricing policy.
मूल्य निर्धारण नीति के उद्देश्य |
8. Publicity
प्रचार |

Section-B

भाग ख

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

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

1. Define industrial marketing management. What are the relationships between industrial products and services?
औद्योगिक विपणन प्रबंधन को परिभाषित कीजिए | औद्योगिक उत्पादों और सेवाओं के बीच के सम्बन्ध क्या है ?
2. a) What is a Decision Making Unit (DMU)? What are the characteristics of DMU?
निर्णयन इकाई (डी एम् यू) से क्या अभिप्राय है ? डी एम् यू की क्या विशेषताएँ हैं ?
b) How do scientists, managers and purchasing agents influence the buying decision?
क्रय निर्णय को वैज्ञानिक, प्रबंधक और क्रय एजेंट कैसे प्रभावित करते हैं ?
3. a) Which of the departments i.e. research and development, engineering, manufacturing or marketing should be responsible for planning new products and Why?
नए उत्पादों की योजना के लिए अनुसंधान और विकास, इंजीनियरिंग, निर्माण या विपणन में से कौन सा विभाग जिम्मेदार होना चाहिए और क्यों ?
b) Discuss the various stages involved in new product development.
नए उत्पाद के विकास में सम्मिलित विभिन्न चरणों की चर्चा कीजिए |
4. What factors determine the price of a product or service? Discuss some of the popular pricing methods.
किसी उत्पाद या सेवा की कीमत को कौन से कारक प्रभावित करते हैं ? मूल्य निर्धारण के प्रमुख तरीकों की चर्चा कीजिए |