

PG-20502
TERM END EXAMINATION – 2020
PGDIM
Marketing Management

[Maximum Marks: 70]

*नोट : समय – विश्वविद्यालय समय सारणी के अनुसार /
सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। सभी प्रश्न के अंक समान हैं।*

Note : Time – According to University Timing.

All questions are compulsory. All question carry equal marks.

1. एक विकासशील देश में विपणन प्रबंध का क्या औचित्य एवं महत्व है?

What is the relevance and importance of marketing management in developing country?

अथवा / OR

बहुराष्ट्रीय कम्पनी से क्या तात्पर्य है? भारत में बहुराष्ट्रीय कम्पनी के भविष्य पर टिप्पणी लिखिए।

What do you mean by Multinational Company? Write note on the future of Multinational Company in India.

2. “विपणन जीवन स्तर प्रदान करता है।” इस कथन को विस्तार से समझाइए।

Explain fully the statement, “Marketing is the delivery of standard of living”.

अथवा / OR

विपणन की पुरानी एवं नवीन विचारधाराओं में अन्तर बताइए।

Distinguish between old and new concept of marketing.

3. विपणन पर्यावरण के मुख्य तत्व कौन-कौन से हैं? समझाइए।

What are the major components of Marketing Environment? Discuss.

अथवा / OR

मांग माप से आप क्या समझते हैं? बाजार मांग को प्रभावित करने वाले तत्वों का वर्णन कीजिए।

What do you understand by Demand Measurement? Describe the factors influencing market demand.

4. उत्पाद विकास से आप क्या समझते हैं? इसके प्रमुख तत्वों तथा लाभों को समझाइए।

What do you mean by Product Development? Explain its main elements and advantages.

अथवा / OR

विपणन प्रक्रिया में कीमत निर्णयों के स्वभाव व महत्व को समझाइए।

Explain the nature and importance of price-decisions in marketing process.

5. विज्ञापन के प्रमुख माध्यम बताइए। किसी उत्पाद के विज्ञापन के लिए माध्यम का चुनाव करते समय आप किन-किन तत्वों को ध्यान में रखेंगे?

Enumerate important medias of advertising. What factors should be kept in mind while selecting a media for a product?

अथवा / OR

एक भारतीय निर्माण के लिए वितरण की वाहिकाओं के चुनाव से सम्बन्धित मुख्य बातों का वर्णन कीजिए।

Identify the major factors involved in selecting a channel of distribution for an Indian manufacture.

.....XX.....