

B.Com. (Semester-III) (NEP) Examination, 2025-26
Discipline Specific Elective (DSE)
MARKETING MANAGEMENT

(Gr. III Marketing)

Time Allowed : Three Hours

Maximum Marks : 70

Note : Section-A is compulsory, containing 10 objective type questions of 10 marks and 5 short answer type questions, carrying 4 marks for each, total of 20 marks.

Section-B containing 8 descriptive type questions, two from each unit with 50% internal choice, carrying 10 marks for each, total of 40 marks.

प्रश्न-पत्र दो खण्डों में विभक्त है - खण्ड-अ एवं खण्ड-ब। खण्ड-अ में 10 वस्तुनिष्ठ प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है। कुल 10 अंक तथा 5 लघु उत्तरीय प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न 4 अंक का है कुल 20 अंक। खण्ड-ब में 8 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न हैं। प्रत्येक इकाई में 2 प्रश्न हैं। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न हल करना अनिवार्य है। प्रत्येक प्रश्न 10 अंकों का है। कुल 40 अंक।

SECTION-A / खण्ड-अ

(Objective Type Questions / वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note : Answer the following objective type questions. Each question carries 1 mark.

[10x1=10]

निम्नलिखित वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है।

1. (i) Which of the following is not part of marketing information system components?
 (a) Data collection (b) Environment analysis (c) Sales data (d) HR records
 विपणन सूचना प्रणाली के घटकों में निम्नलिखित में से कौन शामिल नहीं है?
 (a) डेटा संग्रहण (b) पर्यावरण विश्लेषण (c) विक्री डेटा (d) मानव संसाधन रिकॉर्ड
- (ii) The factor least affecting buyer decision is :
 (a) Income (b) Packaging (c) Culture (d) Weather
 निम्नलिखित में से कौन-सा कारक खरीदार के निर्णय के निर्णय को सबसे कम प्रभावित करता है?
 (a) आय (b) पैकेजिंग (c) संस्कृति (d) मौसम
- (iii) Product life cycle includes which of the following stages ?
 (a) Introduction (b) Growth (c) Decline (d) All of these
 उत्पाद जीवन चक्र में निम्न में से कौन-से चरण शामिल हैं?
 (a) परिचय (b) वृद्धि (c) ह्रास (d) उपरोक्त सभी
- (iv) The main element of market segmentation is :
 (a) Needs (b) Demographics (c) Geography (d) All of these
 बाजार विभाजन का मुख्य तत्व क्या है?
 (a) आवश्यकताएँ (b) जनसांख्यिकी (c) भूगोल (d) उपरोक्त सभी
- (v) "Optimum Promotion Mix" includes :
 (a) Advertising (b) Personal selling
 (c) Both (a) and (b) (d) None of these
 "सर्वोत्तम प्रचार मिश्रण" में क्या शामिल होता है?
 (a) विज्ञापन (b) व्यक्तिगत विक्री (c) दोनों (a) और (b) (d) इनमें से कोई नहीं
- (vi) Digital marketing is preferred for :
 (a) Local promotion (b) Global reach
 (c) Rural areas (d) Direct mail
 डिजिटल विपणन को किसके लिए प्राथमिकता दी जाती है?
 (a) स्थानीय प्रचार (b) वैश्विक पहुँच
 (c) ग्रामीण क्षेत्र (d) प्रत्यक्ष मेल
 निम्न में से कौन विज्ञापन माध्यम की सीमा है ?
 (a) लागत (b) पहुँच (c) प्रभाव (d) उपलब्धता
- (viii) Sales promotion is mainly used for :
 (a) Promoting brand (b) Seasonal sales
 (c) New product launch (d) All of these

MARKETING MANAGEMENT
(Gr. III Marketing)

Time Allowed : Three Hours

Maximum Marks : 70

Note : Section-A is compulsory, containing 10 objective type questions of 10 marks and 5 short answer type questions, carrying 4 marks for each, total of 20 marks.
Section-B containing 8 descriptive type questions, two from each unit with 50% internal choice, carrying 10 marks for each, total of 40 marks.

प्रश्न-पत्र दो खण्डों में विभक्त है - खण्ड-अ एवं खण्ड-ब। खण्ड-अ में 10 वस्तुनिष्ठ प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है। कुल 10 अंक तथा 5 लघु उत्तरीय प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न 4 अंक का है कुल 20 अंक। खण्ड-ब में 8 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न हैं। प्रत्येक इकाई में 2 प्रश्न हैं। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न हल करना अनिवार्य है। प्रत्येक प्रश्न 10 अंकों का है। कुल 40 अंक।

SECTION-A / खण्ड-अ

(Objective Type Questions / वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note : Answer the following objective type questions. Each question carries 1 mark.
निम्नलिखित वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है।

1. (i) Which of the following is not part of marketing information system components? [10x1=10]
(a) Data collection (b) Environment analysis (c) Sales data (d) HR records
विपणन सूचना प्रणाली के घटकों में निम्नलिखित में से कौन शामिल नहीं है?
- (ii) The factor least affecting buyer decision is :
(a) Income (b) Packaging (c) Culture (d) Weather
निम्नलिखित में से कौन-सा कारक खरीदार के निर्णय के निर्णय को सबसे कम प्रभावित करता है?
- (iii) Product life cycle includes which of the following stages ?
(a) आय (b) पैकेजिंग (c) संस्कृति (d) मौसम
उत्पाद जीवन चक्र में निम्न में से कौन-से चरण शामिल है?
- (iv) The main element of market segmentation is :
(a) परिचय (b) वृद्धि (c) ह्रास (d) उपरोक्त सभी
बाजार विभाजन का मुख्य तत्व क्या है?
- (v) "Optimum Promotion Mix" includes :
(a) आवश्यकताएँ (b) जनसांख्यिकी (c) भूगोल (d) उपरोक्त सभी
(a) Advertising (b) Personal selling
(c) Both (a) and (b) (d) None of these
"सर्वोत्तम प्रचार मिश्रण" में क्या शामिल होता है?
- (vi) Digital marketing is preferred for :
(a) विज्ञापन (b) व्यक्तिगत विक्री (c) दोनों (a) और (b) (d) इनमें से कोई नहीं
(a) Local promotion (b) Global reach
(c) Rural areas (d) Direct mail
डिजिटल विपणन को किसके लिए प्राथमिकता दी जाती है?
- (viii) Sales promotion is mainly used for :
(a) स्थानीय प्रचार (b) वैश्विक पहुँच
(c) ग्रामीण क्षेत्र (d) प्रत्यक्ष मेल
निम्न में से कौन विज्ञापन माध्यम की सीमा है ?
(a) लागत (b) पहुँच (c) प्रभाव (d) उपलब्धता
- (viii) Sales promotion is mainly used for :
(a) Promoting brand (b) Seasonal sales
(c) New product launch (d) All of these

[P.T.O.]

सेल्स प्रमोशन का मुख्य उपयोग किस लिए किया जाता है?

- (a) ब्रांड प्रचार (b) मौसमी बिक्री
(c) नए उत्पाद का शुभारंभ (d) उपरोक्त सभी
- (ix) The scope of physical distribution is :
(a) Transportation (b) Warehousing
(c) Inventory management (d) All of these
- भौतिक वितरण का क्षेत्र क्या है ?
(a) परिवहन (b) गोदाम
(c) स्टॉक प्रबंधन (d) उपरोक्त सभी
- (x) Brand pricing is most affected by :
(a) Competition (b) Production cost
(c) Marketing strategy (d) All of these

ब्रांड मूल्य निर्धारण सबसे अधिक किससे प्रभावित होता है:

- (a) प्रतियोगिता (b) उत्पादन लागत
(c) विपणन रणनीति (d) उपरोक्त सभी

Note : Attempt the following questions.

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

2. (i) Write four elements of the marketing mix.
विपणन मिश्रण के चार तत्व लिखिए।
(ii) Why is an updated marketing information system necessary ?
अद्यतन विपणन सूचना प्रणाली क्यों आवश्यक है ?
(iii) List any two bases for market segmentation.
बाजार विभाजन के दो आधार लिखिए।
(iv) Write benefits of studying consumer behaviour.
उपभोक्ता व्यवहार अध्ययन के लाभ लिखिए।
(v) State the types of distribution channels.
वितरण चैनलों के प्रकार बताइये।

SECTION-B / खण्ड-ब

(Long Answer Type Questions / दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Note: Attempt all four questions. Each question carry 10 marks.

सभी चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 10 अंकों का है।

1. Discuss the objectives and significance of the marketing information system.
मार्केटिंग सूचना प्रणाली के उद्देश्य तथा महत्व का विवरण दीजिए।

OR/अथवा

Elaborate on the role of digital marketing in modern business.
आधुनिक व्यापार में डिजिटल मार्केटिंग की भूमिका पर प्रकाश डालिए।

2. Explain the process of studying consumer behaviour.
उपभोक्ता व्यवहार के अध्ययन की प्रक्रिया को समझाइये।

OR/अथवा

State the benefits and challenges of market segmentation.
मार्केटिंग सेगमेंटेशन के लाभ एवं चुनौतियों का वर्णन कीजिए।

3. Explain the process of product planning and development.
उत्पाद योजना एवं विकास की प्रक्रिया समझाइये।

OR/अथवा

Analyse the factors influencing brand pricing.
ब्रांड मूल्य निर्धारण के कारकों का विश्लेषण कीजिए।

4. Explain the types and functions of distribution channels.
वितरण चैनलों के प्रकार एवं उनके कार्यों को समझाइये।

OR/अथवा

Describe in detail the elements of promotion mix.
प्रमोशन मिक्स के तत्वों का विस्तृत वर्णन कीजिए।