Unit II (इकाई II)

4. Write notes on the following : **16**

(a) Perishability and Non-Perishability

(b) Ownership and Non-Ownership in Tourism Services.

निम्नलिखित पर टिप्पणियाँ लिखिए :

(अ) नाशवान और गैर-नाशवान

(ब) पर्यटन सेवाओं में स्वामित्व और गैर-स्वामित्व।

5. Describe the marketing strategies which overcome limitation in Tourism Marketing ? **16**

उन विपणन रणनीतियों का वर्णन कीजिए जो पर्यटन विपणन में बाधाओं को दूर करती हैं ।

Unit III (इकाई III)

6. Explain the concept and nature of Tourism Product. Justify that tourism destination is a toursm Product itself. **16**

पर्यटन उत्पाद की अवधारणा एवं प्रकृति की व्याख्या करें। स्पष्ट कीजिए कि पर्यटन स्थल स्वयं एक पर्यटन उत्पाद है ।

No. of Printed Pages : 05 Roll No. .....

52262

B.T.M. EXAMINATION, 2026

(Fourth Semester)

(Re-appear Only)

TOURISM MARKETING

BTM 404

Time : 3 *Hours*] [*Maximum Marks :* 80

Before answering the question-paper, candidates must ensure that they have been supplied with correct and complete question-paper. No complaint, in this regard will be entertained after the examination.

Note : Attempt *Five* questions in all, selecting *one* question from each Unit. Q. No. **1** is compulsory. All questions carry equal marks.

प्रत्येक इकाई से **एक** प्रश्न चुनते हुए, कुल **पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रश्न क्र. **1** अनिवार्य है । सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

Compulsory Question (अनिवार्य प्रश्न)

1. Write brief notes on the following : **8×2=16**

(a) Incredible India-a marketing Campaign.

(b) Local Bodies in Tourism

(c) NGO in Tourism

(d) Niche Marketing

(e) Marketing Mix

(f) Homogeneity in Service Marketing

(g) Marketing Communication

(h) Tourist Buying Process.

निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(अ) अतुल्य भारत-एक विपणन अभियान ।

(ब) पर्यटन में स्थानीय निकाय

(स) पर्यटन में एन.जी.ओ

(द) निश विपणन

(इ) विपणन मिश्रण

(फ) सेवा विपणन में एकरूपता

(ग) विपणन संचार

(ह) पर्यटक खरीदी प्रक्रिया ।

Unit I (इकाई I)

2. Explain the concept of Social Marketing. Describe about the participants of socially responsible Marketing and their roles in the marketing of tourism products and services.

16

सामाजिक विपणन की अवधारणा को समझाइए। सामाजिक रूप से जिम्मेदार विपणन के प्रतिभागियों और पर्यटन उत्पादों और सेवाओं के विपणन में उनकी भूमिकाओं के बारे में वर्णन कीजिए ।

3. Discuss the Non-Governmental Organization in Tourism. Analyse their roles in the development and marketing of tourism products and services.

16

पर्यटन में गैर-सरकारी संगठन की चर्चा कीजिए । पर्यटन उत्पादों और सेवाओं के विकास और विपणन में उनकी भूमिकाओं का विश्लेषण कीजिए ।

7. Write in detail about the Product Life-Cycle (PLC). Apply the concept of PLC on Shimla as a tourism Product. **16**

उत्पाद जीवन चक्र (पी.एल.सी.) के बारे में विस्तार से लिखिए । पर्यटन उत्पाद के रूप में पी.एल.सी. की अवधारणा को शिमला पर लागू कीजिए ।

Unit IV (इकाई IV)

8. What is promotion Mix ? Write about the components of promotion Mix and factors affecting promotion mix in Tourism. **16**

प्रमोशन मिक्स क्या है ? पर्यटन में प्रमोशन मिश्रण के घटकों और प्रमोशन मिश्रण को प्रभावित करने वाले कारकों के बारे में लिखिए ।

9. Discuss the different promotional tools in Tourism. **16**

पर्यटन में विभिन्न प्रचार उपकरणों पर चर्चा कीजिए।

❖❖❖❖❖❖❖

7. Write in detail about the Product Life-Cycle (PLC). Apply the concept of PLC on Shimla as a tourism Product. **16**

उत्पाद जीवन चक्र (पी.एल.सी.) के बारे में विस्तार से लिखिए । पर्यटन उत्पाद के रूप में पी.एल.सी. की अवधारणा को शिमला पर लागू कीजिए ।

Unit IV (इकाई IV)

8. What is promotion Mix ? Write about the components of promotion Mix and factors affecting promotion mix in Tourism. **16**

प्रमोशन मिक्स क्या है ? पर्यटन में प्रमोशन मिश्रण के घटकों और प्रमोशन मिश्रण को प्रभावित करने वाले कारकों के बारे में लिखिए ।

9. Discuss the different promotional tools in Tourism. **16**

पर्यटन में विभिन्न प्रचार उपकरणों पर चर्चा कीजिए।

❖❖❖❖❖❖❖