मार्केटिंग मिक्स से आपका क्या तात्पर्य है ? मार्केटिंग मिक्स के सभी तत्वों से संबंधित निर्णय व्यवसाय के विकास में किस प्रकार योगदान देते हैं ?

5. What are the stages of buying process ? Discuss the strategies, companies use at each stage of the buying process. **14**

खरीद प्रक्रिया के विभिन्न चरण कौनसे हैं ? खरीद प्रक्रिया के प्रत्येक चरण पर कंपनियाँ जिन रणनीतियों का उपयोग करती हैं, उनकी चर्चा कीजिए ।

Unit III (इकाई III)

6. What are the pros and cons of branding the product ? What branding decisions are taken by marketer while selecting the brand name ? **14**

उत्पाद की ब्रांडिंग करने के क्या लाभ और हानियाँ हैं ? ब्रांड का नाम चुनते समय मार्केटर द्वारा ब्रांडिंग से संबंधित कौनसे निर्णय लिए जाते हैं ?

No. of Printed Pages : 06 Roll No. .....

55163

M.B.A. (NEP 2020) EXAMINATION, 2026

(Second Semester)

MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 *Hours*] [*Maximum Marks :* 70

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 notes on the following : **4×3.5=14**

(a) Marketing Myopia

(b) Concentrated target market strategy

(c) Labelling

(d) Network Marketing.

निम्नलिखित पर टिप्पणियाँ लिखिए :

(अ) मार्केटिंग मायोपिया

(ब) केंद्रित लक्ष्य बाजार रणनीति

(स) लेबलिंग

(द) नेटवर्क मार्केटिंग ।

Unit I (इकाई I)

2. Why the study of demographic environment is important for companies ? What are the challenges posed to marketers by the current marketing environment of India ? Explain with examples. **14**

कंपनियों के लिए जनसांख्यिकीय वातावरण का अध्ययन क्यों महत्वपूर्ण है ? भारत के वर्तमान मार्केटिंग वातावरण से मार्केटर्स के सामने क्या चुनौतियाँ आती हैं ? उदाहरणों सहित समझाइए ।

3. What do you mean by ethics ? How CSR, ethics and sustainable development are intertwined in marketing ? **14**

नैतिकता से आपका क्या तात्पर्य है ? मार्केटिंग में CSR, नैतिकता और सतत् विकास किस प्रकार आपस में जुड़े हुए हैं ?

Unit II (इकाई II)

4. What do you mean by marketing mix ? How decisions regarding all the elements of marketing mix contribute to the growth of business ? **14**

7. How pricing objectives are framed ? Discuss the different pricing strategies at different stages of PLC with the help of suitable examples. **14**

मूल्य निर्धारण के उद्देश्य किस प्रकार निर्धारित किए जाते हैं ? PLC (उत्पाद जीवन चक्र) के विभिन्न चरणों में अपनाई जाने वाली अलग-अलग मूल्य निर्धारण रणनीतियों की, उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से चर्चा कीजिए ।

Unit IV (इकाई IV)

8. Discuss the growth of green marketing in India. How companies are implementing the green marketing strategies ? Explain with suitable examples. **14**

भारत में ग्रीन मार्केटिंग के विकास की चर्चा कीजिए। कंपनियाँ ग्रीन मार्केटिंग रणनीतियों को किस प्रकार लागू कर रही हैं ? उपयुक्त उदाहरणों सहित समझाइए।

9. What is the importance of channels of distribution ? State the various steps in designing the distribution channel system. **14**

वितरण चैनलों का क्या महत्व है ? वितरण चैनल प्रणाली को डिजाइन करने में शामिल विभिन्न चरणों का उल्लेख कीजिए ।

❖❖❖❖❖❖❖