

MS-509/MM-2204**Industrial Marketing**

(औद्योगिक विपणन)

Maser of Business Administration/P. G. Diploma
in Marketing Management

(MBA-10/12/13/16/17/
PGDMM-10/16/17/MBAH-11)

Fourth/Second Semester, Examination, 2017

Time : 3 Hours**Max. Marks : 80**

Note : This paper is of **eighty (80)** marks containing **three (03)** Sections A, B and C. Learners are required to attempt the questions contained in these Sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र अस्सी (80) अंकों का है जो तीन (03) खण्डों 'क', 'ख' तथा 'ग' में विभाजित है। शिक्षार्थियों को इन खण्डों में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

Section-A / खण्ड-क**(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)**

Note : Section 'A' contains four (04) long answer type questions of nineteen (19) marks each. Learners are required to answer two (02) questions only.

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए उन्नीस (19) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. "Industrial Marketing is much more than just an extension of Consumer Marketing." Comment.

“औद्योगिक विपणन, उपभोक्ता विपणन का विस्तार मात्र नहीं है।” टिप्पणी लिखिए।

2. Write in detail about the various steps involved in Industrial Product Planning and Development.

औद्योगिक उत्पाद योजना व विकास प्रक्रिया के विभिन्न चरणों के विषय में विस्तार से लिखिये।

3. What factors influence the pricing of Industrial Goods ? Also highlight the various pricing techniques commonly employed by industrial marketers.

औद्योगिक उत्पाद के मूल्य निर्धारण में कौन-कौन से कारकों की भूमिका होती है ? औद्योगिक वितरण में प्रयुक्त मूल्य निर्धारण के विभिन्न तरीकों पर प्रकाश डालिये।

4. Based on your understanding of the various stages involved in the Industrial Buying Behaviour, suggest some effective strategies to be employed by the marketers to maximize customer acquisition and retention.

औद्योगिक क्रय व्यवहार की अपनी समझ के आधार पर इसके अलग-अलग चरणों हेतु कारगर रणनीतियाँ सुझाइये।

Section-B / खण्ड-ख**(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)**

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of eight (08) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए आठ (08) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. What role is played by the gatekeepers in Industrial Marketing ?
औद्योगिक विपणन में द्वारपाल (गेटकीपर) की क्या भूमिका होती है ?
2. What are proposal solicitation and request for proposal ?
प्रस्ताव माँग और प्रस्ताव अनुरोध (रिक्वेस्ट फॉर प्रपोजल) क्या होते हैं ?
3. Appraise the role of personal selling in Industrial Marketing.
औद्योगिक विपणन में व्यक्तिगत बिक्री (पर्सनल सैलिंग) की भूमिका की विवेचना कीजिए।
4. What are Industrial Goods ? What are their defining characteristics ?
औद्योगिक उत्पाद क्या होते हैं ? उनके क्या प्रमुख लक्षण हैं ?

5. What are the various segmentation variables used in Industrial Marketing ?
औद्योगिक विपणन में कौन-कौनसे बाजार विभक्तिकरण चर प्रयुक्त होते हैं ?
6. Explain Industrial Marketing Research.
औद्योगिक विपणन अनुसन्धान को परिभाषित कीजिए।
7. Formulate a marketing plan for a newly founded fictitious company of your choice.
किसी भी हाल ही में स्थापित काल्पनिक कम्पनी के लिये एक विपणन योजना प्रस्तुत कीजिए।
8. You see so many TV advertisements promoting consumer goods, but hardly any promoting industrial goods. Why is this so ?
आप टीवी में उपभोक्ता उत्पादों के काफी विज्ञापन देखते हैं किन्तु औद्योगिक उत्पादों के नहीं। ऐसा क्यों ?

Section-C / खण्ड-ग

(Objective Type Questions) / (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note : Section 'C' contains ten (10) objective type questions of one (01) mark each. All the questions of this Section are compulsory.

नोट : खण्ड 'ग' में दस (10) वस्तुनिष्ठ प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए एक (01) अंक निर्धारित है। इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

Indicate whether the following statements are True or False.

इंगित कीजिए कि निम्नलिखित कथन सत्य हैं या असत्य।

1. Buyers in industrial markets are fewer and larger in comparison to consumer markets.

उपभोक्ता विपणन के मुकाबले औद्योगिक विपणन में खरीददार कम किन्तु बड़े होते हैं।

2. Industrial purchases are professionally made and are more time consuming than consumer purchases.

औद्योगिक क्रय पेशेवर तरीके से किये जाते हैं व आमतौर पर उपभोक्ता क्रय के मुकाबले अधिक समय लेते हैं।

3. Industrial marketing involves less number of intermediaries than consumer marketing.

औद्योगिक विपणन में उपभोक्ता विपणन की अपेक्षा कम बिचौलियों की सहायता ली जाती है।

4. Long-term contracts and stable relationship between the marketer and customers are characteristics of industrial markets.

लम्बी अवधि के सौदे व क्रेता तथा विक्रेता के मध्य सुदृढ़ सम्बन्ध औद्योगिक विपणन की विशेषता है।

5. Industrial markets involve high value transactions between the marketer and the customer.

औद्योगिक विपणन में क्रेता व विक्रेता के मध्य बड़े मूल्य का लेन-देन होता है।

Fill in the blanks :

रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

6. Customer size is a type of segmentation variable used in Industrial Marketing.

ग्राहक आकार (कस्टमर साइज) औद्योगिक विपणन में प्रयुक्त भौति का बाजार विभक्तिकरण है।

7. is the most commonly used element of Industrial Marketing Promotion Mix.

औद्योगिक विपणन सम्बर्द्धन समुच्चय (प्रमोशन मिक्स) का सबसे अधिक प्रयोग होने वाला तत्व है।

8. B2B, the term used to describe industrial marketing transactions, stands for

औद्योगिक विपणन हेतु प्रयुक्त पारिभाषिक पद B2B का विस्तृत अर्थ है।

9. The volume of Steering Wheel Assemblies (SWA) bought by Maruti Suzuki from Sona Koyo Steering Systems Limited depends on the Maruti Suzuki's estimate of car sales in the coming year. The demand of SWA is called demand as it is dependent on the demand of Maruti Suzuki cars in the market.

मारुती सुजुकी अपनी कारों के विक्रय पूर्वानुमान के आधार पर सोना कोयो स्टीयरिंग सिस्टम लिमिटेड से स्टीयरिंग व्हील खरीदती है। ऐसे में स्टीयरिंग व्हील की माँग माँग कहालायेगी क्योंकि वह मारुती सुजुकी कारों की माँग पर निर्भर है।

10. Rebuy is a situation in which the buyer reorders on a routine basis from existing suppliers without any significant changes in product specifications, prices, delivery requirements and other terms.

..... पुनर्खरीद में क्रेता माल के विनिर्देश, मूल्य, आपूर्ति व अन्य शर्तों में बगैर किसी उल्लेखनीय बदलाव के फिर से खरीददारी हेतु क्रय आदेश जारी करता है।