

Roll No.

Total Pages : 05

MDE/M-20

4682

STRATEGIC MARKETING

MC-203

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note : Part A is compulsory. Attempt any *four* questions from Part B.

भाग 'अ' अनिवार्य है । भाग 'ब' से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

Part A (भाग 'अ')

Compulsory Question (अनिवार्य प्रश्न)

1. Answer the questions briefly : 6×4=24

प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में दीजिए :

(i) What are the various tasks of strategic marketing management ?

रणनीतिक विपणन प्रबंधन के विभिन्न कार्य क्या हैं ?

(ii) "Consumers do not buy products they buy benefits."

Discuss this statement and its implications for effective marketing.

"उपभोक्ता उत्पाद नहीं खरीदते हैं वे लाभ खरीदते हैं ।"
प्रभावी विपणन के लिए इस कथन और इसके निहितार्थों पर चर्चा कीजिए ।

(3)L-4682

1

- (iii) What is the importance of strengths and weakness analysis to the marketing manager ?
विपणन प्रबंधक के ताकत और कमजोरी विश्लेषण का महत्त्व क्या है ?
- (iv) Distinguish between marketing objectives, marketing strategies and marketing programmes.
विपणन उद्देश्यों, विपणन रणनीतियों और विपणन कार्यक्रमों के बीच भेद कीजिए ।
- (v) Compare benefits v/s costs associated with Vertical Integration.
वर्टिकल इंटीग्रेशन से जुड़े लाभों **बनाम** लागतों की तुलना कीजिए ।
- (vi) What benefits are derived from synergy among divisions of an organization ?
एक संगठन के विभाजन के बीच तालमेल से क्या लाभ होते हैं ?

Part B (भाग 'ब')

2. "Corporate strategy includes the determination and evaluation of alternative paths to an already established mission or objective and eventually, choice of the alternatives to be adopted." Explain the statement underlining the process of corporate strategy formulation. **14**
'कॉर्पोरेट रणनीति में पहले से ही स्थापित मिशन या उद्देश्य के लिए वैकल्पिक रास्तों का निर्धारण और मूल्यांकन शामिल है और अंत में, अपनाए जाने वाले विकल्पों का विकल्प ।' कॉर्पोरेट रणनीति तैयार करने की प्रक्रिया को रेखांकित करते हुए कथन को समझाइए ।

3. Explain the various growth strategies pursued by organizations. Is stability really a strategy or just a term for no strategy ? **14**
संगठनों द्वारा अपनाई गई विभिन्न विकास रणनीतियों की व्याख्या कीजिए । क्या स्थिरता वास्तव में एक रणनीति है या कोई रणनीति नहीं है ?
4. Discuss the essential stages in an environmental scanning. What do you understand by the following terms in the context of appraising company resources : **14**
(i) Strategic fit
(ii) Core competencies
(iii) Marketing assets.
एक पर्यावरण स्कैनिंग में आवश्यक चरणों पर चर्चा कीजिए । कम्पनी के संसाधनों के मूल्यांकन के संदर्भ में निम्नलिखित से आप क्या समझते हैं ?
(i) रणनीतिक फिट
(ii) कोर दक्षताओं
(iii) मार्केटिंग एसेट्स ।
5. Compare and contrast the marketing strategies for growth markets and declining markets. **14**
विकास बाजारों और घटते बाजारों के लिए विपणन रणनीतियों की तुलना कीजिए ।

6. You are assigned a job of Public Relation Officer in an Indian Navratna Company which is engaged in manufacturing of fertilizers and chemicals. Based on your responsibilities and accountabilities, analyze the following questions and answer appropriately :

- (i) How can you define mission with respect to your organization's working ?
- (ii) How do you formulate mission ?
- (iii) How do you co-ordinate mission with customer orientation ?
- (iv) How will mission help your firm ?

आपको एक भारतीय नवरत्न कम्पनी में पब्लिक रिलेशन ऑफिसर की नौकरी सौंपी जाती है, जो उर्वरकों और रसायनों के निर्माण में लगी हुई है । अपनी जिम्मेदारियों और जवाबदेही के आधार पर, निम्नलिखित प्रश्नों का विश्लेषण कीजिए और उचित उत्तर दीजिए :

- (i) आप अपने संगठन के काम के सम्बन्ध में मिशन को कैसे परिभाषित कर सकते हैं ?
- (ii) आप मिशन कैसे बनाएँगे ?
- (iii) आप ग्राहक अभिविन्यास के साथ मिशन का समन्वय कैसे करते हैं ?
- (iv) मिशन आपकी फर्म की मदद कैसे करेगा ?

7. What aspects does the implementation element of marketing planning encompass, and why is it so important? Outline and discuss the different approaches to setting the marketing budget, indicating their relative advantages and disadvantages. **14**

विपणन योजना के कार्यान्वयन तत्व में कौनसे पहलू शामिल हैं, और यह इतना महत्वपूर्ण क्यों है? मार्केटिंग बजट निर्धारित करने के विभिन्न दृष्टिकोणों की रूपरेखा और चर्चा कीजिए। उनके सापेक्ष फायदे और नुकसान का संकेत भी दीजिए।

8. Using examples outline the main types and areas of marketing control. **14**

विपणन नियंत्रण के मुख्य प्रकारों और क्षेत्रों को उदाहरणों की मदद से रेखांकित कीजिए।