



Paper Code
MTTM-403

Roll No.
Signature of Invigilator

पतंजलि विश्वविद्यालय
University of Patanjali

Examination May – 2019

M.A. Travel & Tourism Management (Semester : Fourth)
Tourism
Tourism Marketing

Time: 3 Hours

Max. Marks: 75

Note: This paper is of seventy five (75) marks divided into three (03) sections A, B, and C. Attempt the questions contained in these sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्नपत्र पचहत्तर (75) अंकों का है जो तीन (03) खंडों क, ख, तथा ग में विभाजित है। प्रत्येक खण्ड में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों को हल करना है।

Section - A / खण्ड-क

(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न)

Note: Section 'A' contains five (05) long-answer-type questions of fifteen (15) marks each. Attempt any three questions. (3×15=45)

नोट : खण्ड 'क' में पांच (05) दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न दिए हैं, प्रत्येक प्रश्न के लिए पंद्रह अंक निर्धारित हैं। किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

1. विपणन की प्रक्रिया बताएं। एक राष्ट्र के आर्थिक विकास में विपणन की भूमिका को भी स्पष्ट कीजिए।
State the process of Marketing. Also explain the role of Marketing for the Economic development of a nation.
2. 'बाजार विभाजन' से आप क्या समझते हैं? 'पर्यटन बाजार विभाजन' के लिये उपयोग किये जाने वाले प्रमुख मानक क्या हैं?
What do you understand by Market Segmentation? What are the major parameters used for Tourism Market Segmentation.
3. 'उत्पाद जीवन चक्र' को उसके विभिन्न चरणों के साथ स्पष्ट कीजिये, जिसके माध्यम से एक पर्यटन उत्पाद गुजरता है।
Explain 'Product life cycle' along with its various stages through which a tourism product passes through.
4. पर्यटन उत्पादों एवं सेवाओं के वितरण चैनल से आप क्या समझते हो? वितरण चैनल के स्तर एवं उन्हें चुनते समय किन कारकों पर विचार किया जाना चाहिये।
What do you understand by distribution channel of tourism products and services? Give an account of the levels of distribution channels and the factors to be considered while selecting them.
5. 'पर्यटन विपणन मिश्रण' के विभिन्न तत्वों की व्याख्या कीजिये। पर्यटन सेवा विपणन में 'प्रजा' की क्या भूमिका है?
Explain the various elements of 'Tourism Marketing Mix'. What is the role of 'People' in Tourism Service Marketing?

Section - B / खण्ड-ख

(Short Answer Type Questions) / (लघु-उत्तरीय प्रश्न)

Note: Section 'B' contains Six (06) short-answer-type questions of five (05) marks each. Attempt any four (04) questions. (4×5=20)

नोट : खण्ड 'ख' में छः (06) लघु-उत्तरीय प्रश्न दिए गये हैं, प्रत्येक प्रश्न के लिए पांच अंक निर्धारित हैं। किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

1. 'विपणन' की सामाजिक उन्मुख अवधारणा का उल्लेख कीजिए।
Mention the social oriented concept of 'Marketing'.
2. पर्यटन में विपणन अनुसंधान के महत्व को समझाइये।
Explain the importance of Marketing Research in Tourism.
3. 'उपभोक्ता व्यवहार' से क्या अभिप्राय है? पर्यटन उद्योग में उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारक क्या हैं?
What is meant by 'Consumer Behaviour'? What are the factors that affect Consumer Behaviour in the tourism Industry?
4. उत्पाद मिश्रण क्या है? एक पैकेज टूर के उत्पाद मिश्रण के बारे में बताइये।
What a Product Mix? Explain product mix of a package tour.
5. सितारा श्रेणी के होटलों द्वारा विपणन रणनीतियाँ तैयार करने की प्रक्रिया के बारे में बताइय।
Explain the process of formulating marketing strategies by star category hotels.
6. एयरलाइन विपणन पर एक लघु निबंध लिखिये।
Write a short essay on Airline Marketing.

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. (10×01=10)

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

1. विपणक अक्सर शब्द का उपयोग ग्राहकों के विभिन्न समूहों को कवर करने के लिये करते हैं।
(अ) लोग (जनता) (ब) खरीदने की शक्ति
(स) जनसांख्यिकी खंड (द) बाजार
Marketers often use the term to cover various groupings of customers.
(A) People (B) Buying Power
(C) Demographic Segment (D) Market
2. विपणन के प्रचार 'पी' को के रूप में भी जाना जाता है।
(अ) उत्पाद में भिन्नता (ब) वितरण
(स) लागत (द) विपणन संचार
The promotion 'P' of marketing is also known as
(A) Product Differentiation (B) Distribution
(C) Cost (D) Marketing Communication
3. किसी विशिष्ट ब्रांड के प्रति बनी हुई धारणा को कहते हैं
(अ) ब्रांड के लिये अधिमान (ब) ब्रांड की छवि
(स) ब्रांड चयन (द) ब्रांड मान्यता
The set of beliefs held about a particular brand is known as the
(A) Brand Preference (B) Brand Image
(C) Brand Selection (D) Brand Recognition
4. 'उत्पाद जीवन चक्र' का अंतिम चरण है
(अ) परिचय (ब) विकास
(स) पतन (द) परिपक्वता

The last stage of a product life cycle

- (A) Introduction (B) Growth
(C) Decline (D) Maturity

5. महोत्सव ज्यादातर केरल में मनाया जाता है।

- (अ) नौका दौड़ (ब) पतंग
(स) खजुराहो नृत्य (द) ताज

..... festival is mostly celebrated in Kerala.

- (A) Boat Race (B) Kite
(C) Khajuraho Dance (D) Taj

6. 'संवर्धन मिश्रण' में सम्मिलित हैं

- (अ) विज्ञापन (ब) विक्रय संवर्धन
(स) प्रत्यक्ष विपणन (द) उपरोक्त सभी

'Promotion Mix' includes

- (A) Advertising (B) Sales Promotion
(C) Direct Marketing (D) All of the above

7. PLC की अवधारणा का उपयोग सबसे पहले किसने किया था ?

- (अ) लेवित (ब) कोटलर
(स) मास्लो (द) ड्रुकर

The concept of PLC was first used by

- (A) Levitt (B) Kotlar
(C) Maslow (D) Drunker

8. घाटी को 'पृथ्वी पर स्वर्ग' कहा जाता है।

- (अ) देहरादून (ब) मनाली
(स) काश्मीर (द) शिमला

..... Valley is called 'Paradise on the Earth'.

- (A) Dehradun (B) Manali
(C) Kashmir (D) Shimla

9. किसी उत्पाद में नई सुविधाओं को जोड़ना किस दृष्टिकोण का पक्षपोषित करना है?

- (अ) उत्पाद दृष्टिकोण (ब) उत्पादन दृष्टिकोण
(स) विपणन दृष्टिकोण (द) विक्रय दृष्टिकोण

Adding new features to a product is advocated by which of the approaches?

- (A) Product Approach (B) Production Approach
(C) Marketing Approach (D) Selling Approach

10. विपणन एक प्रक्रिया है, जिसका उद्देश्य है

- (अ) उत्पादन (ब) लाभ कमाना
(स) उत्पाद बेचना (द) ग्राहकों की जरूरतों की संतुष्टि

Marketing is a process which aims at

- (A) Production (B) Profit Making
(C) Selling Products (D) Satisfaction of Customer Needs

-----X-----