

# TC-17

## Business Organisation & Management-III

Time : 3 Hours]

[Total Marks : 70

सूचना : प्रत्येक प्रश्न के समान अंक हैं ।

- (a) उत्पादन आयोजन एवं नियंत्रण का अर्थ समझाइये और उत्पादन आयोजन तथा उत्पादन नियंत्रण के बीच अंतर बताइये ।  
(b) खरीदी की विविध पद्धतियाँ समझाइये ।

अथवा

- (a) आर्थिक आर्डर मात्रा के दृष्टिकोण से संबंधित मूलभूत विचारों की चर्चा कीजिये ।  
(b) केन्द्रित खरीदी और विकेन्द्रित खरीदी के सापेक्ष लाभालाभों का वर्णन कीजिये ।
- (a) मार्केटिंग मिश्र किसे कहते हैं ? इसके घटकों को संक्षेप में समझाइये ।  
(b) आधुनिक मार्केटिंग दृष्टिकोण की व्यावसायिक फिलोसफी समझाइये ।

अथवा

- (a) उत्पाद जीवन चक्र के चरणों (stages) का वर्णन कीजिये । उत्पाद के प्रवेश चरण में (i) मलाई निकाल लेने की व्यूहरचना और (ii) बाजार में प्रवेश पाने की व्यूहरचना समझाइये ।  
(b) उत्पाद मिश्र के विस्तार (breadth) और गहराई (depth) के दृष्टिकोण को स्पष्ट कीजिये ।
- 'ग्राहक का व्यवहार आर्थिक, सामाजिक-सांस्कृतिक और मनोवैज्ञानिक कारकों द्वारा निर्धारित होता है ।' इस विधान को समझाइये ।

अथवा

- बाजार खण्डीकरण (segmentation) किसे कहते हैं ? बाजार खण्डीकरण की सफलता के लिये क्या मापदंड हैं ? बाजार खण्डीकरण के आधार कौन-कौन से हैं ?
- (a) उत्पाद की मार्केटिंग में मार्का (Branding) और पैकेजिंग की भूमिका का टीकात्मक मूल्यांकन कीजिये ।  
(b) वितरण मार्ग के चयन को प्रभावित करने वाले तत्त्वों का वर्णन कीजिये ।

अथवा

- (a) कीमत निर्धारण के उद्देश्य बताइये । उत्पाद की कीमत निर्धारण के समय उपयोग में लाये जाने वाले मापदंडों का वर्णन कीजिये ।  
(b) उत्पाद की मार्केटिंग में विज्ञापन की भूमिका का टीकात्मक मूल्यांकन कीजिये ।

5. कोई दो पर टिप्पणी लिखिये :
- (i) अभिवृद्धि मिश्र (promotion mix) के उद्देश्य
  - (ii) मूल्य विश्लेषण
  - (iii) मांग अनुमान की पद्धतियाँ
  - (iv) मांग की अलग-अलग परिस्थितियों में मार्केटिंग कार्य
  - (v) सांख्यिकीय गुणवत्ता नियंत्रण
-