

No. of Printed Pages : 4

BTMC–136

**B. A. (VOCATIONAL STUDIES)
TOURISM MANAGEMENT (BAVTM)**

Term-End Examination

June, 2024

BTMC–136 : TOURISM MARKETING

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Note : *Answer any five questions in about 600 words each. All questions carry equal marks.*

1. Define Services. Discuss the salient features of Services in brief. 20
2. What is meant by Marketing Mix ? What are the elements of Marketing Mix for the Services ? 20
3. What are the sources of Data used in Marketing Research ? How can we collect Data ? 20
4. What are the Objectives of Pricing ? What are the factors influencing pricing ? 20

P. T. O.

5. Differentiate between the following : $4 \times 5 = 20$
- (i) Products and Services
 - (ii) Needs and Wants
 - (iii) Internal and Integrated Marketing
 - (iv) Publicity and PR
6. What is the process of personal selling ? What is the need of personal selling in Tourism and Hospitality Industry ? 20
7. Explain the pattern and design of distribution channel in Tourism with the help of suitable examples. 20
8. What is the importance of Direct Marketing ? What are the tools of direct marketing used in tourism ? 20
9. Explain the different levels of Tourism Planning with the help of suitable examples. 20
10. Write short notes on any *two* the following : $2 \times 10 = 20$
- (a) Marketing Information System
 - (b) Servicescapes
 - (c) Destination Marketing

BTMC-136

बी. ए. (व्यावसायिक अध्ययन) पर्यटन प्रबन्धन
(बी. ए. वी. टी. एम.)

सत्रांत परीक्षा

जून, 2024

बी.टी.एम.सी.-136 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लगभग 600 शब्दों
(प्रत्येक) में उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक
समान हैं।

1. सेवाओं को परिभाषित कीजिए। सेवाओं की मुख्य विशेषताओं की संक्षेप में चर्चा कीजिए। 20
2. विपणन मिश्र से क्या तात्पर्य है ? सेवाओं के सन्दर्भ में विपणन मिश्र के तत्व कौन-कौनसे हैं ? 20
3. विपणन अनुसंधान में प्रयुक्त आँकड़ों के क्या स्रोत हैं ? हम आँकड़े कैसे एकत्र कर सकते हैं ? 20
4. मूल्य निर्धारण के क्या उद्देश्य हैं ? मूल्य निर्धारण को कौन से तत्व प्रभावित करते हैं ? 20

5. निम्नलिखित में अन्तर कीजिए : 5×4=20
- (क) उत्पाद और सेवाएँ
- (ख) जरूरतें और अपेक्षाएँ
- (ग) आन्तरिक और एकीकृत विपणन
- (घ) प्रचार और जनसम्पर्क
6. व्यक्तिगत बिक्री की क्या प्रक्रिया है ? पर्यटन और आतिथ्य उद्योग में व्यक्तिगत बिक्री की क्या आवश्यकता है ? 20
7. पर्यटन में वितरण चैनल के पैटर्न और डिजाइन को उपयुक्त उदाहरण सहित समझाइए। 20
8. प्रत्यक्ष विपणन का क्या महत्व है ? पर्यटन में प्रत्यक्ष विपणन के कौन-से उपकरण प्रयुक्त होते हैं ? 20
9. पर्यटन योजना के विभिन्न स्तरों को उपयुक्त उदाहरण सहित समझाइए। 20
10. निम्नलिखित में किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 2×10=20
- (क) विपणन सूचना प्रणाली
- (ख) सेवा दृश्य
- (ग) गंतव्य विपणन