

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

Term-End Examination

December, 2023

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 Marketing. Explain the various philosophies of Marketing. 20
2. What do you understand by Services ? Explain the characteristics of services. 20
3. Describe the variables commonly used for market segmentation with the help of examples. 20
4. Explain the process of Target Marketing in Tourism Industry. 20
5. Write short notes on the following : 4×5=20
(i) Tourism Product Life Cycle

- (ii) Branding in Tourism
 - (iii) Pricing strategies
 - (iv) Direct Marketing
6. What is Promotion ? What are the components of promotion mix ? 20
7. Explain the nature and importance of distribution channels in tourism. Also explain the concept of Tourism Supply Chain Management (TSCM). 20
8. Discuss the role and importance of media in Tourism Promotion. 20
9. What are the various digital marketing strategies available for tourism ? Explain with examples. 20
10. Write short notes on any *two* of the following :
2×10=20
- (a) Extended Marketing Mix
 - (b) Methods of Tourism Product Positioning
 - (c) Destination Marketing Organisation (DMO)

BTMC-136

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

सत्रांत परीक्षा
दिसम्बर, 2023

बी.टी.एम.सी.-136 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

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

1. विपणन को परिभाषित कीजिए। विपणन के विभिन्न दर्शनों की व्याख्या कीजिए। 20
2. सेवाओं से आप क्या समझते हं ? सेवाओं की विशेषताएँ बताइए। 20
3. उदाहरणों की सहायता से बाजार विभाजन के लिए सामान्यतः उपयोग किए जाने वाले परिवर्त्यों का वर्णन कीजिए। 20
4. पर्यटन उद्योग में लक्षित विपणन की प्रक्रिया का वर्णन कीजिए। 20

5. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : $4 \times 5 = 20$
- (i) पर्यटन उत्पाद जीवन चक्र
 - (ii) पर्यटन में ब्राण्डिंग
 - (iii) कीमत निर्धारण रणनीतियाँ
 - (iv) प्रत्यक्ष विपणन
6. प्रचार क्या है ? मिश्रित प्रचार के घटक कौन-से हैं ? 20
7. पर्यटन में वितरण माध्यमों की प्रकृति और महत्व का वर्णन कीजिए। पर्यटन आपूर्ति शृंखला प्रबंधन (TSCM) की अवधारणा की भी व्याख्या कीजिए। 20
8. पर्यटन प्रचार में मीडिया की भूमिका और महत्व का वर्णन कीजिए। 20
9. पर्यटन के लिए उपलब्ध विभिन्न डिजिटल विपणन रणनीतियाँ कौन-सी हैं ? उदाहरण सहित विवेचना कीजिए। 20
10. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : $2 \times 10 = 20$
- (अ) विस्तारित मिश्रित विपणन
 - (ब) पर्यटन उत्पाद स्थापन की प्रविधियाँ
 - (स) गन्तव्य विपणन संगठन (DMO)