

01554

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)
Term-End Examination
June, 2014

TS-6 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : Attempt any five questions. All questions carry equal marks.

1. What do you understand by marketing ? Discuss the features of tourism marketing. 20
2. Define Marketing Research. Discuss the purpose of market research in tourism. 20
3. What do you understand by market segmentation ? Discuss the major variables used for segmenting the market for tourism products and services. 20
4. Write short notes on any *two* of the following : 10×2=20
 - (a) Direct versus Indirect competition
 - (b) Monopolistic and Oligopolistic competition
 - (c) Quantitative and Qualitative analysis

5. What are the different channels used by the airlines to reach the customers ? 20
 6. Write a detailed note on "Dilli Haat". 20
 7. Discuss with examples how regional cuisines can be designed and marketed as a tourism product. 20
 8. What do you understand by marketing ? Differentiate between marketing and social marketing. 20
 9. Define 'tourism product'. Discuss the different stages in product life-cycle. 20
 10. What do you understand by 'seasonality in tourism' ? What type of price measures are adopted to attract customers in off season ? 20
-

पर्यटन अध्ययन
(डी.टी.एस., बी.टी.एस.,
बी.एच.एम. (एक्स डिप्लोमा), एम.टी.एम.-II)
सत्रांत परीक्षा
जून, 2014

टी.एस.-6 : पर्यटन-विपणन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. विपणन से आप क्या समझते हैं ? पर्यटन-विपणन की विशेषताओं पर चर्चा कीजिए। 20
2. विपणन शोध को परिभाषित कीजिए। पर्यटन में बाज़ार-शोध के उद्देश्यों की चर्चा कीजिए। 20
3. बाज़ार-विभाजन से आप क्या समझते हैं ? पर्यटन उत्पादों एवं सेवाओं हेतु बाज़ार-विभाजन के लिए प्रयुक्त होने वाले प्रमुख चरों की चर्चा कीजिए। 20
4. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 20

10×2=20

- (क) प्रत्यक्ष बनाम परोक्ष प्रतियोगिता
- (ख) एकाधिकारी और अल्पाधिकारी प्रतियोगिता
- (ग) मात्रात्मक एवं गुणात्मक विश्लेषण

5. उपभोक्ताओं तक पहुँचने के लिए विमान कम्पनियाँ (एयरलाइन्स) किन अलग-अलग तरीकों का प्रयोग करती हैं ? 20
6. “दिल्ली हाट” पर एक विस्तृत टिप्पणी लिखिए । 20
7. उदाहरणों सहित चर्चा कीजिए कि किस प्रकार से क्षेत्रीय व्यंजनों को एक पर्यटक उत्पाद के रूप में ढाला जा सकता है और उनका विक्रय किया जा सकता है । 20
8. विपणन से आप क्या समझते हैं ? विपणन और सामाजिक विपणन के बीच अन्तर स्पष्ट कीजिए । 20
9. ‘पर्यटक उत्पाद’ को परिभाषित कीजिए । उत्पाद के जीवन-चक्र के विभिन्न चरणों की चर्चा कीजिए । 20
10. ‘पर्यटन में मौसमीपन’ से आप क्या समझते हैं ? बे-मौसम में उपभोक्ताओं को आकर्षित करने के लिए मूल्यों के सम्बन्ध में किस प्रकार के कदम उठाए जाते हैं ? 20