

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

Term-End Examination

June, 2022

BTMC-136 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : (i) Answer any **five** questions in about 600 words each.

(ii) All questions carry equal marks.

-
1. Explain the unique characteristics of Services industry with the help of examples. 20
 2. Define Marketing Research. Explain the steps of Research Design in brief. 20
 3. What is meant by Tourism Product ? Explain the levels of Tourism Product with examples. 20
 4. Describe the factors influencing the pricing of a tourism product. 20
 5. Write short notes on the following : 4×5=20
 - (a) Holistic Marketing Concept
 - (b) Strategies for Market Segmentation
 - (c) Repositioning
 - (d) 'P' for People in Tourism

6. Why is Advertisement an important component of Promotion mix ? What are the steps of developing an advertising plan ? 20
7. What are the advantages of Direct Marketing ? Enumerate and explain the digital methods of Direct Marketing commonly used by marketers. 20
8. Define Target Market. Discuss the process and approaches for selecting target market in Tourism. 20
9. Discuss the different levels of Tourism Planning with examples. 20
10. Write short notes on any **two** of the following : $2 \times 10 = 20$
- (a) Product Diversification
 - (b) Physical Evidence in Tourism Marketing
 - (c) Tourism Supply Chain Management
-

बी.ए. (व्यावसायिक अध्ययन) पर्यटन प्रबंधन

(बी.ए.वी.टी.एम.)

सत्रांत परीक्षा

जून, 2022

बी.टी.एम.सी.-136 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लगभग 600 शब्दों (प्रत्येक) में दीजिए ।

(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

1. सेवा उद्योग की अद्वितीय विशेषताओं की उदाहरणों की सहायता से व्याख्या कीजिए । 20
2. विपणन अनुसंधान को परिभाषित कीजिए । अनुसंधान रूपांकन (रिसर्च डिज़ाइन) के चरणों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए । 20
3. पर्यटन उत्पाद से क्या अभिप्राय है ? पर्यटन उत्पाद के स्तरों की सोदाहरण व्याख्या कीजिए । 20
4. पर्यटन उत्पाद की कीमत-निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन कीजिए । 20
5. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 4×5=20
(क) समग्र विपणन अवधारणा
(ख) बाज़ार प्रखंडन की रणनीतियाँ
(ग) पुनःस्थिति (Repositioning)
(घ) पर्यटन में लोगों के लिए 'पी' ('P' for People in Tourism)

6. प्रवर्तन मिश्र के घटक के रूप में विज्ञापन महत्वपूर्ण क्यों है ?
विज्ञापन योजना तैयार करने संबंधी चरण कौन-से हैं ? 20
7. प्रत्यक्ष विपणन के क्या लाभ हैं ? विपणकों के द्वारा आमतौर पर इस्तेमाल की जाने वाली प्रत्यक्ष विपणन की डिजिटल विधियों का उल्लेख कीजिए और व्याख्या कीजिए । 20
8. लक्ष्य बाज़ार को परिभाषित कीजिए । पर्यटन में लक्ष्य बाज़ार की चयन संबंधी प्रक्रिया और दृष्टिकोणों की चर्चा कीजिए । 20
9. पर्यटन नियोजन के विभिन्न स्तरों की सोदाहरण चर्चा कीजिए । 20
10. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 2×10=20
- (क) उत्पाद विविधता
- (ख) पर्यटन विपणन में भौतिक साक्ष्य
- (ग) पर्यटन आपूर्ति शृंखला प्रबंधन
-