

TOURISM STUDIES

(DTS, BTS, BHM, MTM /MTTM—II)

Term-End Examination

June, 2024

TS-06 : 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. What is marketing ? Discuss the major stages
in the development of marketing. 20

2. Why is India considered a cultural tourism destination ? Suggest ways in which India can be promoted internationally. 20

3. What is competitive analysis and why is it necessary in tourism ? Explain with suitable examples any *two* strategic approaches for countering competitions. 20

4. Why should we segment tourism markets ? Discuss various market segmentation variables. 20

5. Discuss how the concepts of Alternative Development, Sustainable Tourism and Carrying Capacity are key elements of socially responsible marketing. 20

6. How does cost affect price ? Discuss how pricing can be used as a tool to achieve marketing objectives. 20
7. Explain the meaning of FAM tours and the purposes for which FAM tours are usually conducted. Elaborate how FAM trips for inbound international tourism are processed and conducted. 20
8. Discuss the various stages in the formulation of a marketing strategy for a 5-star category hotel. 20
9. Identify the markets for a tourist transporter. Discuss the various factors which influence the marketing decisions of transport operators. 20

10. Write short notes on the following in about

150 words each :

4×5=20

- (i) Direct and indirect operating cost of airlines
- (ii) Any *two* sampling methods
- (iii) Types of distribution channels
- (iv) Benefits of evenly spread seasonality in tourism.

TS-06**पर्यटन अध्ययन**

(डी.टी.एस., बी.टी.एस., बी.एच.एम.,

एम.टी.एम./एम.टी.टी.एम.—II)

सत्रांत परीक्षा

जून, 2024

टी.एस.-06 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर (प्रत्येक) लगभग

600 शब्दों में दीजिए।

(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. विपणन क्या है ? विपणन के विकास में प्रमुख चरणों

का वर्णन कीजिए।

20

2. भारत को एक सांस्कृतिक पर्यटन गन्तव्य क्यों माना जाता है ? उन उपायों को सुझाइए जिनसे भारत का अन्तराष्ट्रीय स्तर पर प्रचार किया जाता सकता है। 20
3. प्रतियोगितात्मक विश्लेषण क्या है और पर्यटन में यह क्यों आवश्यक है ? प्रतियोगिताओं का सामना करने हेतु किन्हीं दो रणनीतिक उपागमों का उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से वर्णन कीजिए। 20
4. हमें पर्यटन बाजारों के खण्ड क्यों करने चाहिए ? विभिन्न बाजार विभाजन चरों की चर्चा कीजिए। 20
5. बताइए कि कैसे वैकल्पिक विकास, सतत् पर्यटन और वाहक क्षमता के तत्व सामाजिक रूप से उत्तरदायी विपणन के मुख्य तत्व हैं। 20
6. लागत किस प्रकार मूल्य को प्रभावित करती है ? बताइए कि कैसे कीमत निर्धारण को विपणन उद्देश्यों को प्राप्त करने हेतु एक साधन के रूप में उपयोग में लाया जा सकता है। 20

7. एफ. ए. एम. (FAM) दौरों के अर्थ तथा आमतौर पर संचालित किए जाने वाले एफ. ए. एम. दौरों के उद्देश्यों को स्पष्ट कीजिए। वर्णित कीजिए कि किस प्रकार एफ. ए. एम. दौरे इनबाउण्ड अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटन के लिए प्रक्रियाबद्ध तथा संचालित किए जाते हैं। 20
8. एक पाँच-सितारा श्रेणी होटल के लिए एक विपणन रणनीति बनाने के विभिन्न चरणों का वर्णन कीजिए। 20
9. एक पर्यटक ट्रांसपोर्टर के लिए बाजारों को चिन्हित कीजिए। उन विभिन्न तत्वों की चर्चा कीजिए जो ट्रांसपोर्ट ऑपरेटर्स के विपणन निर्णयों को प्रभावित करते हैं। 20
10. निम्नलिखित में से प्रत्येक विषय पर लगभग 150 शब्दों में लघु टिप्पणियाँ लिखिए : 4×5=20
- (i) एयरलाइनों की प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष संचालन लागत

- (ii) कोई दो प्रतिचयन प्रविधियाँ
- (iii) वितरण चैनलों /माध्यमों के प्रकार
- (iv) पर्यटन में समान रूप से विस्तारित मौसमीपन
(seasonality) के लाभ