IGNOU "MOTHER PUBLICATION" All PDF BUY ON WHATSAPP MSG- 9485943709

THIS IS COPYRIGHT PDF DO NOT SELL OR SHARE TO ANYONE- OTHERWISE LEGAL ACTION TAKEN

IGNOU

बीसीओई-141

(हिन्दी माध्यम)

IMPORTANT

QUESTION ANSWER

GUESS PAPER / EXAM NOTES

From Previous Year Papers

FOR MORE PDF-9485943709

Disclaimer for Guess / Sample Paper By MOTHER NOTES- 8529719732, 99922-90905: -

This PDF contains sample papers compiled from previous years' questions of the IGNOU It is intended to provide you with a general idea of the paper format and may cover some potential questions. However, it is important to note the following:

1. **No Guarantee of Exam Questions:** We do not guarantee that the questions presented in this sample paper will appear in your actual exams. The content is for practice purposes only.
2. **Book Study Recommended:** To achieve good marks in your IGNOU exams, it is highly recommended that you thoroughly study the prescribed course materials and textbooks. Relying solely on this sample paper may not be sufficient for exam success.
3. **Use as a Study Aid:** Use this sample paper as a supplementary study aid to test your knowledge and exam preparedness.
4. **Self-Responsibility:** Your performance in exams is your responsibility, and success depends on your dedication to studying the course material.

We wish you the best of luck with your IGNOU exams. Thank you for using this sample paper as part of your preparation. **By MOTHER NOTES- 8529719732, 99922-90905**

All Full PDF- https://mothernotes.in/ - Previous year solved paper , Guess Paper.

IGNOU "MOTHER PUBLICATION" All PDF BUY ON WHATSAPP MSG- 9485943709
Page 2 of 68 Pages in this Full pdf
THIS IS COPYRIGHT PDF DO NOT SELL OR SHARE TO ANYONE- OTHERWISE LEGAL ACTION TAKEN

20 अंक के प्रश्न - प्रत्येक 500-700 शब्द

प्रश्न - विपणन पर्यावरण से आप क्या समझते हैं और विपणन पर्यावरण का अध्ययन करना क्यों महत्वपूर्ण है? विपणन पर्यावरण के विभिन्न घटकों को संक्षेप में समझाइए।

उत्तर- मार्केटिंग वातावरण बाहरी कारकों और ताकतों को संदर्भित करता है जो किसी कंपनी की अपने ग्राहकों के साथ सफल संबंध विकसित करने और बनाए रखने की क्षमता को प्रभावित करते हैं। ये कारक नियंत्रणीय और अनियंत्रित दोनों हो सकते हैं और किसी कंपनी के मार्केटिंग निर्णयों पर महत्वपूर्ण प्रभाव डाल सकते हैं। मार्केटिंग वातावरण को समझना व्यवसायों के लिए महत्वपूर्ण है क्योंकि यह उन्हें संभावित खतरों को कम करने के साथ-साथ अवसरों का अनुमान लगाने, अनुकूलन करने और उनका लाभ उठाने में मदद करता है।

विपणन वातावरण को स्कैन करने का महत्व:

1. **अवसरों और खतरों की पहचान करना:** मार्केटिंग के माहौल का विश्लेषण करके, व्यवसाय उभरते अवसरों और संभावित खतरों की पहचान कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, बदलती उपभोक्ता प्राथमिकताओं को समझने से कंपनियों को ऐसे उत्पाद विकसित करने में मदद मिल सकती है जो मौजूदा बाजार की मांग को पूरा करते हों, जबकि प्रतिस्पर्धियों की रणनीतियों के बारे में जानकारी होने से प्रतिस्पर्धी खतरों का अनुमान लगाने में मदद मिल सकती है।

2. **रणनीतिक निर्णय लेना:** मार्केटिंग के माहौल को स्कैन करने से कंपनियों को सूचित रणनीतिक निर्णय लेने में मदद मिलती है। चाहे वह किसी नए बाज़ार में प्रवेश करना हो, कोई नया उत्पाद लॉन्च करना हो या मूल्य निर्धारण रणनीतियों को समायोजित करना हो, पर्यावरण के बारे में जागरूकता इन निर्णयों को लेने के लिए मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान करती है।

3. **जोखिम प्रबंधन:** पर्यावरण विश्लेषण व्यवसायों को जोखिम और अनिश्चितताओं की पहचान करने की अनुमति देता है। आर्थिक उतार-चढ़ाव, राजनीतिक अस्थिरता या तकनीकी प्रगति जोखिम पैदा कर सकती है। इन कारकों को पहचानकर, कंपनियाँ आकस्मिक योजनाएँ विकसित कर सकती हैं और भेद्यता को कम कर सकती हैं।

4. **ग्राहक संतुष्टि:** मार्केटिंग के माहौल को समझने से ग्राहकों की ज़रूरतों और अपेक्षाओं को समझने में मदद मिलती है। उत्पादों और सेवाओं को इन ज़रूरतों के साथ जोड़कर, व्यवसाय ग्राहक संतुष्टि को बढ़ा सकते हैं, जिससे ग्राहक वफ़ादारी और बार-बार व्यापार करने में मदद मिलती है।

5. **अनुपालन और विनियमन:** विपणन वातावरण में कानूनी और विनियामक पहलू शामिल हैं। व्यवसायों को विपणन प्रथाओं से संबंधित कानूनों और विनियमों में बदलावों के बारे में पता होना चाहिए, कानूनी मुद्दों और दंड से बचने के लिए अनुपालन सुनिश्चित करना चाहिए।

FOR MORE PDF 9485943709

All Full PDF- https://mothernotes.in/ - Previous year solved paper , Guess Paper.

IGNOU "MOTHER PUBLICATION" All PDF BUY ON WHATSAPP MSG- 9485943709
Page 3 of 68 Pages in this Full pdf
THIS IS COPYRIGHT PDF DO NOT SELL OR SHARE TO ANYONE- OTHERWISE LEGAL ACTION TAKEN

विपणन वातावरण के घटक:

1. **सूक्ष्म पर्यावरण:**
    - **ग्राहक:** ग्राहकों की ज़रूरतों, प्राथमिकताओं और व्यवहारों को समझना बहुत ज़रूरी है। व्यवसाय ग्राहक जनसांख्यिकी, खरीदारी के पैटर्न और प्रेरणाओं के बारे में जानकारी हासिल करने के लिए बाज़ार अनुसंधान करते हैं।
    - **प्रतिस्पर्धी:** प्रतिस्पर्धियों की रणनीतियों, शक्तियों और कमजोरियों का विश्लेषण करने से उत्पादों को प्रभावी ढंग से स्थापित करने और प्रतिस्पर्धात्मक लाभ विकसित करने में मदद मिलती है।
    - **आपूर्तिकर्ता:** आपूर्तिकर्ता आवश्यक संसाधन प्रदान करते हैं। आपूर्तिकर्ताओं के साथ एक स्थिर संबंध एक सुचारू आपूर्ति श्रृंखला सुनिश्चित करता है, जो उत्पाद की गुणवत्ता और उपलब्धता को प्रभावित करता है।
    - **बिचौलिए:** इनमें वितरक, खुदरा विक्रेता और एजेंट शामिल हैं। प्रभावी वितरण और अंतिम उपभोक्ता तक पहुँचने के लिए उनकी भूमिका और संबंधों को समझना महत्वपूर्ण है।
2. **स्थूल पर्यावरण:**
    - **जनसांख्यिकीय कारक:** जनसंख्या का आकार, आयु वितरण, जातीयता और आय स्तर बाजार की मांग को प्रभावित करते हैं। व्यवसाय जनसांख्यिकीय रुझानों के आधार पर अपने विपणन प्रयासों को तैयार करते हैं।
    - **आर्थिक कारक:** जीडीपी, मुद्रास्फीति दर और उपभोक्ता खर्च जैसे आर्थिक संकेतक क्रय शक्ति को प्रभावित करते हैं। व्यवसाय मूल्य निर्धारण और विपणन रणनीतियों को तदनुसार समायोजित करते हैं।
    - **राजनीतिक और कानूनी कारक:** सरकारी नीतियाँ, विनियमन और राजनीतिक स्थिरता व्यवसाय संचालन को प्रभावित करती हैं। कानूनों और विनियमों में परिवर्तन विपणन प्रथाओं और उत्पाद पेशकशों को प्रभावित कर सकते हैं।
    - **तकनीकी कारक:** तेजी से तकनीकी प्रगति उत्पाद नवाचार, उत्पादन प्रक्रियाओं और संचार चैनलों को प्रभावित करती है। नई तकनीकों को अपनाने से प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त मिल सकती है।
    - **सामाजिक और सांस्कृतिक कारक:** सामाजिक रुझान, सांस्कृतिक मानदंड, मूल्य और जीवनशैली उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करते हैं। व्यवसायों को अपनी पेशकशों को सामाजिक प्राथमिकताओं के साथ संरेखित करने की आवश्यकता है।
    - **पर्यावरणीय कारक:** बढ़ती पर्यावरणीय चिंताओं ने टिकाऊ प्रथाओं पर अधिक ध्यान केंद्रित किया है। पर्यावरण के अनुकूल उत्पाद और पर्यावरण के प्रति जिम्मेदार पहल ब्रांड छवि को बढ़ाती हैं।
3. **आंतरिक पर्यावरण:**
    - **संगठनात्मक संस्कृति:** किसी कंपनी के मूल्य, विश्वास और मानदंड निर्णय लेने और ग्राहक अंतःक्रिया को प्रभावित करते हैं।
    - **संसाधन:** संगठन के भीतर मानव, वित्तीय और तकनीकी संसाधन विपणन क्षमताओं को प्रभावित करते हैं।
    - **मार्केटिंग मिक्स:** उत्पाद, मूल्य, स्थान और प्रचार रणनीतियाँ आंतरिक कारकों द्वारा आकार लेती हैं। सफल मार्केटिंग अभियानों के लिए इन तत्वों का प्रभावी उपयोग आवश्यक है।

निष्कर्ष में, मार्केटिंग के माहौल को स्कैन करना दीर्घकालिक सफलता के लिए लक्ष्य रखने वाले व्यवसायों के लिए एक बुनियादी अभ्यास है। सूक्ष्म वातावरण, वृहद वातावरण और आंतरिक कारकों का व्यापक विश्लेषण करके, कंपनियाँ सूचित निर्णय ले सकती हैं, अवसरों का लाभ उठा सकती हैं, जोखिमों को कम कर सकती हैं और मजबूत, ग्राहक-केंद्रित रणनीतियाँ बना सकती हैं जो गतिशील बाज़ार परिदृश्य के अनुकूल हों।

All Full PDF- https://mothernotes.in/ - Previous year solved paper , Guess Paper.
FOR MORE PDF-9485943709

IGNOU "MOTHER PUBLICATION" All PDF BUY ON WHATSAPP MSG- 9485943709
Page 4 of 68 Pages in this Full pdf
THIS IS COPYRIGHT PDF DO NOT SELL OR SHARE TO ANYONE- OTHERWISE LEGAL ACTION TAKEN

प्रश्न - बाजार विखंडन के विभिन्न आधारों को उदाहरणों की सहायता से समझाइए।

उत्तर- बाज़ार विभाजन व्यवसायों के लिए ग्राहकों के विशिष्ट समूहों को प्रभावी ढंग से लक्षित करने की एक महत्वपूर्ण रणनीति है। इसमें एक व्यापक लक्षित बाज़ार को कुछ विशेषताओं के आधार पर छोटे, अधिक प्रबंधनीय खंडों में विभाजित करना शामिल है। ये खंड समान ज़रूरतों, प्राथमिकताओं या व्यवहारों को साझा करते हैं, जिससे व्यवसाय प्रत्येक खंड की अनूठी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए अपने विपणन प्रयासों और उत्पादों/सेवाओं को अनुकूलित कर सकते हैं। बाज़ार विभाजन के कई आधार हैं, जिनमें से प्रत्येक व्यवसायों के लिए अलग-अलग लाभ प्रदान करता है। आइए वास्तविक दुनिया के परिदृश्यों में उनके अनुप्रयोग को स्पष्ट करने के लिए उदाहरणों के साथ इन आधारों का पता लगाएं।

1. **जनसांख्यिकीय विभाजन:** जनसांख्यिकीय विभाजन बाजार को आयु, लिंग, आय, शिक्षा, व्यवसाय और परिवार के आकार जैसे जनसांख्यिकीय चर के आधार पर विभाजित करता है। उदाहरण के लिए, लग्जरी घड़ियाँ बेचने वाली कंपनी 30-50 वर्ष की आयु के उच्च आय वाले व्यक्तियों को लक्षित कर सकती है, क्योंकि वे उच्च-अंत वाली घड़ियाँ खरीदने और उनकी सराहना करने की अधिक संभावना रखते हैं।

उदाहरण: एप्पल इंक. अपनी आईफोन श्रृंखला के साथ तकनीक प्रेमी युवा वयस्कों और पेशेवरों को लक्ष्य करता है, तथा ऐसे फीचर्स और डिजाइन पेश करता है जो इस वर्ग को आकर्षित करते हैं।

2. **साइकोग्राफिक विभाजन:** साइकोग्राफिक विभाजन उपभोक्ताओं की जीवनशैली, रुचियों, शौक, मूल्यों और व्यक्तित्व लक्षणों पर विचार करता है। यह विभाजन उन उत्पादों या सेवाओं के लिए मूल्यवान है जो उपभोक्ताओं के व्यक्तित्व और जीवनशैली से निकटता से जुड़े हैं।

उदाहरण: रेड बुल अपने ऊर्जा पेय के साथ साहसिक और रोमांच चाहने वाले व्यक्तियों को लक्षित करने के लिए मनोवैज्ञानिक विभाजन का उपयोग करता है, जो चरम खेलों और अन्य उच्च ऊर्जा गतिविधियों में संलग्न होते हैं।

3. **व्यवहारिक विभाजन:** व्यवहारिक विभाजन उपभोक्ता व्यवहार के आधार पर बाजार को विभाजित करता है, जिसमें उपयोग पैटर्न, ब्रांड निष्ठा, वांछित लाभ और विपणन उत्तेजनाओं के प्रति प्रतिक्रिया शामिल है। यह दृष्टिकोण व्यवसायों को यह समझने में मदद करता है कि ग्राहक कुछ उत्पाद क्यों खरीदते हैं और उनका उपयोग कैसे करते हैं।

उदाहरण: अमेज़न ग्राहकों की पिछली खरीदारी और ब्राउज़िंग इतिहास के आधार पर उत्पादों की सिफारिश करके व्यवहारिक विभाजन का उपयोग करता है, जिससे दोबारा खरीदारी की संभावना बढ़ जाती है।

4. **भौगोलिक विभाजन:** भौगोलिक विभाजन भौगोलिक स्थानों जैसे देशों, क्षेत्रों, शहरों या पड़ोस के आधार पर बाजार को विभाजित करता है। व्यवसाय विभिन्न भौगोलिक क्षेत्रों में उपभोक्ताओं की अनूठी जरूरतों के अनुसार अपने उत्पादों और विपणन संदेशों को तैयार कर सकते हैं।

उदाहरण: मैकडोनाल्ड्स अपने मेनू को क्षेत्रीय प्राथमिकताओं के आधार पर बदलता है, तथा स्थानीय शाकाहारी बाजार की मांग को पूरा करने के लिए भारत में मैकस्पाइसी पनीर जैसी चीजें पेश करता है।

5. **अवसर-आधारित विभाजन:** अवसर-आधारित विभाजन इस बात पर विचार करता है कि उपभोक्ता कब और क्यों खरीदारी करते हैं। यह व्यवसायों को विशिष्ट घटनाओं, मौसमों या अवसरों के दौरान ग्राहकों को लक्षित करने में मदद करता है जब उनके उत्पाद या सेवाएँ विशेष रूप से प्रासंगिक होती हैं।

उदाहरण: हॉलमार्क जन्मदिन, वर्षगाँठ और छुट्टियों जैसे अवसरों पर उपभोक्ताओं को लक्षित करता है, तथा विभिन्न समारोहों के लिए उपयुक्त ग्रीटिंग कार्ड और उपहारों की एक श्रृंखला पेश करता है।

FOR MORE PDF-9485943709

All Full PDF- https://mothernotes.in/ - Previous year solved paper , Guess Paper.

IGNOU "MOTHER PUBLICATION" All PDF BUY ON WHATSAPP MSG- 9485943709

THIS IS COPYRIGHT PDF DO NOT SELL OR SHARE TO ANYONE- OTHERWISE LEGAL ACTION TAKEN

6. **लाभ-आधारित विभाजन:** लाभ-आधारित विभाजन उन विशिष्ट लाभों या समाधानों पर केंद्रित है जो उपभोक्ता किसी उत्पाद या सेवा से चाहते हैं। यह दृष्टिकोण विशेष रूप से तब उपयोगी होता है जब कोई उत्पाद विभिन्न ग्राहक खंडों की कई ज़रूरतों को पूरा कर सकता है।

उदाहरण: नाइकी विभिन्न लाभों पर जोर देकर विभिन्न क्षेत्रों की जरूरतों को पूरा करता है - प्रदर्शन करने वाले एथलीट खेल परिधानों में उन्नत तकनीक और आराम की तलाश करते हैं, जबकि फैशन के प्रति जागरूक उपभोक्ता ट्रेंडी डिजाइनों की तलाश करते हैं।

7. **सांस्कृतिक और सामाजिक विभाजन:** सांस्कृतिक और सामाजिक कारक, जैसे संस्कृति, उपसंस्कृति, सामाजिक वर्ग और संदर्भ समूह, उपभोक्ताओं की प्राथमिकताओं और व्यवहारों को प्रभावित करते हैं। इन कारकों को समझने से व्यवसायों को विशिष्ट सांस्कृतिक या सामाजिक समूहों के लिए अपनी पेशकशों को अनुकूलित करने में मदद मिलती है।

उदाहरण: मैकडॉनल्ड्स अलग-अलग देशों में अपने मेनू को स्थानीय सांस्कृतिक मानदंडों और धार्मिक मान्यताओं के अनुसार बदलता है। भारत जैसे मुख्य रूप से शाकाहारी समाजों में, मेनू में कई तरह के शाकाहारी विकल्प शामिल होते हैं।

निष्कर्ष में, बाजार विभाजन एक बहुआयामी दृष्टिकोण है जो व्यवसायों को विशिष्ट ग्राहक समूहों को प्रभावी ढंग से पहचानने और लक्षित करने में सक्षम बनाता है। विभिन्न विभाजन आधारों को नियोजित करके, व्यवसाय अपने ग्राहकों की ज़रूरतों और प्राथमिकताओं की गहरी समझ हासिल कर सकते हैं, जिससे अधिक सफल मार्केटिंग रणनीतियाँ, उच्च ग्राहक संतुष्टि और बढ़ी हुई बिक्री हो सकती है। विभाजन की कला में महारत हासिल करने वाली कंपनियाँ अपने लक्षित दर्शकों के साथ मजबूत संबंध स्थापित कर सकती हैं और बाजार में प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त बनाए रख सकती हैं।

ALL SOLVED ASSIGNMENT, GUESS PAPER, PROJECT - HAND WRITTEN SCAN PDF, HARDCOPY BY POST ORDER- ON WHATSAPP MSG- 8529719732, 99922-90905 OR VISIT- motherpublication.in / mothernotes.in

प्रश्न - "नए उत्पाद का विकास एक बहुत ही जटिल प्रक्रिया है।" उदाहरणों की सहायता से नए उत्पाद के विकास में शामिल चरणों पर प्रकाश डालते हुए इस कथन पर टिप्पणी कीजिए।

उत्तर- नए उत्पाद का विकास (एनपीडी) वास्तव में एक बहुआयामी और जटिल प्रक्रिया है जिसमें अवधारणा से लेकर बाजार में लॉन्च तक कई चरण शामिल हैं। यह प्रक्रिया उन कंपनियों के लिए महत्वपूर्ण है जो प्रतिस्पर्धी बने रहना चाहती हैं और उपभोक्ताओं की लगातार बदलती मांगों को पूरा करना चाहती हैं। गहन शोध, नवाचार, बाजार विश्लेषण और रणनीतिक योजना की आवश्यकता के कारण जटिलता उत्पन्न होती है। आइए नए उत्पाद विकास में शामिल चरणों पर गहराई से विचार करें, प्रत्येक को उदाहरणों के साथ स्पष्ट करें ताकि उनसे जुड़ी जटिलताओं और चुनौतियों को दर्शाया जा सके।

1. विचार सृजन: नए उत्पाद विकास में पहला कदम अभिनव विचार उत्पन्न करना है। यह बाजार अनुसंधान, ग्राहक प्रतिक्रिया या आंतरिक विचार-मंथन सत्रों से उत्पन्न हो सकता है। उदाहरण के लिए, Apple का iPhone एक अभूतपूर्व विचार था जो स्टीव जॉब्स के एक फोन, म्यूजिक प्लेयर और इंटरनेट कम्युनिकेटर को एक डिवाइस में संयोजित करने के दृष्टिकोण से उभरा था।

2. आइडिया स्क्रीनिंग: हर आइडिया व्यवहार्य या लाभदायक नहीं होता। आइडिया स्क्रीनिंग में बाजार की संभावना, व्यवहार्यता और कंपनी के उद्देश्यों के साथ संरेखण जैसे मानदंडों के आधार पर उत्पन्न विचारों का मूल्यांकन करना शामिल है। उदाहरण के लिए, Google के ग्लास

All Full PDF- https://mothernotes.in/ - Previous year solved paper , Guess Paper.

IGNOU MOTHER PUBLICATION - ASSIGNMENTS & GUESS PAPERS & PYQ SOLVED PDF

INDIA'S NUMBER 1 STUDY MATERIAL PROVIDER

यह केवल एक सैंपल पीडीएफ है।

यह केवल Sample PDF है। पूरी Solved Assignment या Guess Paper PDF खरीदने के लिए हमारी वेबसाइट पर जाएँ

या

WhatsApp पर मैसेज करें।

WHATSAPP ONLY: +91 9485943709

WHATSAPP ONLY:: +91 9992290905

1. Solved Assignment Visit -:: https://motherpublication.in/

2. Pyq Solved Guess paper Visit:-: https://mothernotes.in/

Mother Publication • IGNOU Study Resources