

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma),
MTM-II)

Term-End Examination

June, 2013

TS-6 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : *Attempt any five questions in about 600 words each.*
All questions carry equal marks unless otherwise specified

1. Define and distinguish between marketing and selling. Explain the importance of marketing in tourism industry. 20
2. Discuss the relevance of research in tourism marketing. 20
3. Explain the concepts that are crucial in responsible marketing. Also explain various agencies involved in responsible tourism. 20
4. Explain product life cycle along with its various stages through which a tourism product passes through. 20

5. What is product mix ? Explain product mix of a package tour. 20
 6. Discuss the importance of familiarization tours in tourism promotion. 20
 7. What are the promotional tools for marketing of local foods ? In what ways local foods can help in tourism promotion ? 20
 8. Discuss the marketing linkages in tourism industry. 20
 9. Write an essay on airline marketing. 20
 10. Write 300 words each on *any two* of the following : 20
 - (a) Tourism Fairs and Travel Marts.
 - (b) Alternative approach to marketing.
 - (c) MIS
-

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

सत्रांत परीक्षा

जून, 2013

टी.एस.-6 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लगभग 600-600 शब्दों में दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. विपणन और विक्रय की परिभाषा लिखिए और इनके बीच 20 अंतर बताइए। पर्यटन उद्योग में विपणन के महत्व का वर्णन कीजिए।
2. पर्यटन-विपणन में अनुसंधान की प्रासंगिकता की चर्चा कीजिए। 20
3. उत्तरदायी विपणन में महत्वपूर्ण संकल्पनाओं की व्याख्या कीजिए। 20 साथ ही उत्तरदायी पर्यटन में शामिल विभिन्न एजेंसियों का वर्णन कीजिए।
4. उत्पाद जीवन चक्र का इसकी उन विभिन्न अवस्थाओं के साथ 20 वर्णन कीजिए जिनसे होकर एक पर्यटन उत्पाद आगे बढ़ता है।

5. उत्पाद-मिश्र क्या है? एक पैकेज टूर के उत्पाद-मिश्र की व्याख्या कीजिए। 20
6. पर्यटन विकास में परिचय-टूर के महत्व की चर्चा कीजिए। 20
7. स्थानीय भोजन के विपणन को बढ़ावा देने के औजार क्या हैं? किस प्रकार स्थानीय भोजन पर्यटन के विकास में सहायता कर सकते हैं? 20
8. पर्यटन उद्योग में विपणन संबंधों (linkages) की चर्चा कीजिए। 20
9. एयरलाइन विपणन पर एक निबंध लिखिए। 20
10. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर 300-300 शब्दों में लिखिए : 20
- (a) पर्यटन मेले और यात्रा बाजार
 - (b) विपणन के वैकल्पिक उपागम (approaches)
 - (c) एम.आई.एस.
-

TOURISM STUDIES

(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)

Term-End Examination

December, 2014

02241

TS-06 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : Attempt any **five** questions in about 600 words each. All questions carry equal marks.

1. What do you understand by marketing ? What is the difference between selling and marketing ? 20
2. What do you understand by forecasting ? Explain different methods used for tourism forecasting. 20
3. Write short notes on any **two** of the following :
2×10=20
 - (a) Information
 - (b) Communication
 - (c) Reservations
4. What do you understand by product levels ? What all would you consider while designing a tourism product ? 20

5. What do you understand by Fam Tours ? What aspects would you emphasise while planning the itinerary for a fam tour ? 20
6. Discuss the role of culture in tourism promotion. Support your answer with suitable examples. 20
7. What is alternative accommodation ? Discuss the various forms of alternative accommodation. 20
8. Write short notes on any **two** of the following :
2×10=20
- (a) Social Marketing
 - (b) Eco-tourism
 - (c) Cultural heritage tourism
9. How would you design a travel agency product ? Discuss the role of technology in travel agency business. 20
10. Discuss the role of National Tourist Organisation in marketing of tourism destinations. 20
-

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

टी.एस.-06 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लगभग 600-600 शब्दों में दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. विपणन से आप क्या समझते हैं ? विक्रय एवं विपणन के मध्य क्या अन्तर है ? 20
2. पूर्वानुमान से आप क्या समझते हैं ? पर्यटन के पूर्वानुमान हेतु प्रयुक्त होने वाली विभिन्न पद्धतियों की व्याख्या कीजिए। 20
3. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : $2 \times 10 = 20$
(क) सूचना
(ख) संप्रेषण
(ग) आरक्षण
4. उत्पाद स्तरों से आप क्या समझते हैं ? एक पर्यटन उत्पाद योजना बनाते समय आप किन चीजों का ध्यान रखेंगे ? 20

5. 'फैम टूर' से आप क्या समझते हैं ? फैम टूर के यात्रा-कार्यक्रम की योजना बनाते समय आप किन पक्षों पर जोर देंगे ? 20
6. पर्यटन के संवर्धन में संस्कृति की भूमिका पर चर्चा कीजिए । अपने उत्तर को समुचित उदाहरणों द्वारा पुष्ट कीजिए । 20
7. वैकल्पिक आवास क्या है ? वैकल्पिक आवास के विभिन्न रूपों की चर्चा कीजिए । 20
8. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : $2 \times 10 = 20$
(क) सामाजिक विपणन
(ख) पारिस्थितिक पर्यटन
(ग) सांस्कृतिक विरासत पर्यटन
9. आप किसी यात्रा एजेंसी के उत्पादों को किस तरह से निर्मित करेंगे ? यात्रा एजेंसी के व्यवसाय में प्रौद्योगिकी की भूमिका की चर्चा कीजिए । 20
10. पर्यटन हेतु गंतव्यों के विपणन में राष्ट्रीय पर्यटक संस्थान की भूमिका पर चर्चा कीजिए । 20

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

03892

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)

Term-End Examination

December, 2015

TS-06 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : (i) Attempt *any five* questions in about **600** words.
(ii) *All* questions carry *equal* marks.

1. Define Marketing. Discuss the evolution of the concept of marketing with examples. **5+15=20**
2. Discuss with examples the various pricing practices followed by tourism organisation. **20**
3. Explain the components of tourism marketing mix. **20**
4. Discuss the advantages of forecasting as a tool for Tourism Marketing. Identify the factors which affect forecasting in the tourism sector. **20**
5. Write short notes on **any two** : **10x2=20**
 - (a) Responsible Marketing
 - (b) Sustainable Tourism
 - (c) Public Relation in Tourism
 - (d) Domestic Tourism Market

6. Discuss the role and importance of public organisations and local bodies in the marketing of tourism destination. 20
7. What do you understand by Alternative and supplementary accommodation ? Discuss the types of supplementary accommodation available and their importance in the tourism industry. 6+7+7=20
8. Discuss with examples how local cuisines can be designed and marketed as a tourism product. 20
9. Give a brief overview of the marketing activities undertaken by tour operators. 20
10. Write short notes on **any two** : 2x10=20
- (a) Marketing Linkages in Tourism
 - (b) Familiarisation Tours
 - (c) Product Life Cycle
-

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

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2015

टी.एस.-06 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

- नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर 600 शब्दों में दीजिए।
(ii) प्रत्येक प्रश्न के अंक समान हैं।

1. विपणन को परिभाषित कीजिए। विपणन की संकल्पना के विकास पर उदाहरण सहित विचार कीजिए। 5+15=20
2. पर्यटन संगठन द्वारा अनुसरण किए जाने वाले विभिन्न मूल्य-सम्बन्धी रणनीतियों पर उदाहरण सहित विचार कीजिए। 20
3. पर्यटन-विपणन मिश्र के घटकों की व्याख्या कीजिए। 20
4. पर्यटन-विपणन के एक साधन के रूप में पूर्वानुमान के लाभों पर विचार कीजिए। उन कारकों की पहचान कीजिए जो पर्यटन -क्षेत्र में पूर्वानुमान को प्रभावित करते हैं। 20

5. किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10x2=20
- (a) उत्तरदायित्वपूर्ण विपणन
(b) सतत-पर्यटन
(c) पर्यटन में जन - संपर्क
(d) घरेलू पर्यटन - बाज़ार
6. पर्यटन - स्थलों के विपणन में सार्वजनिक संगठनों और स्थानीय 20
निकायों की भूमिका एवं महत्व पर विचार कीजिए।
7. वैकल्पिक एवं अनुपूरक आवास से आप क्या समझते हैं ?
उपलब्ध अनुपूरक आवासों के प्रकार और पर्यटन-उद्योग में
उनके महत्व पर विचार कीजिए। 6+7+7=20
8. उदाहरणों सहित विचार कीजिए कि किस-प्रकार से 20
स्थानीय-व्यंजनों को एक पर्यटक उत्पाद के रूप में ढाला जा
सकता है ?
9. टूर-आपरेटरों द्वारा अपनायी गयी विपणन-गतिविधियों का 20
संक्षिप्त विहंगावलोकन कीजिए।
10. किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 2x10=20
- (a) पर्यटन में विपणन - जुड़ाव
(b) परिचयात्मक - भ्रमण
(c) उत्पाद जीवन - चक्र
-

03343

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)

Term-End Examination

June, 2016

TS-6 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : *Attempt any five questions in about 600 words each.
All questions carry equal marks.*

1. Define forecasting for Tourism. What factors influence Tourism demand ? Explain. 20
2. Identify the major international tourist generating markets for inbound tourism in India. How will you use this data for market segmentation ? Explain in detail. 20
3. Write a detailed note on the developmental role of Tourism. Should local bodies have a role in tourism development ? Why or why not ? 20
4. Discuss in detail some of the environment friendly marketing strategies adopted in tourism industry. Give example wherever necessary. 20
5. Explain the different pricing strategies used in pricing of tourism products. What is the significance of Marginal Costing in Travel and Tourism Marketing ? 20

6. What are some of the channels of distribution used in tourism marketing ? What role do intermediaries play in tourism marketing ? 20
 7. What is the role of seasonality in Tourism ? Indicate the types and reasons which contribute towards seasonality in tourism. 20
 8. Explain the role of events, activities and individuals in tourism marketing. 20
 9. Giving suitable examples, highlight the challenges that Star Category Hotels face in marketing. 20
 10. Discuss the role of brochures in Tour Operations and Tour Operations Marketing. 20
-

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

सत्रांत परीक्षा

जून, 2016

टी.एस.-6 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 600 शब्दों में होना चाहिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. पर्यटन के संदर्भ में पूर्वानुमान को परिभाषित कीजिए। पर्यटन मांग को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन कीजिए। 20
2. उन मुख्य अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटक उत्पादक बाजारों की पहचान कीजिए जहाँ से भारत में पर्यटक आते हैं। बाजार-विभाजन हेतु इस (इन) डाटा (आंकड़ों) का उपयोग आप किस प्रकार करेंगे? विस्तार से इस पर प्रकाश डालिए। 20
3. पर्यटन की विकासात्मक भूमिका पर एक विस्तृत टिप्पणी लिखिए। क्या स्थानीय निकायों की पर्यटन विकास में कोई भूमिका है? यदि है तो क्यों और नहीं तो क्यों नहीं? 20
4. पर्यटन उद्योग में अपनाई जाने वाली कुछ पर्यावरण सहज बाजार कार्यनीतियों (strategies) पर विस्तृत टिप्पणी कीजिए। जहाँ अपेक्षित हो; समुचित उदाहरण भी दीजिए। 20

5. पर्यटन सुविधाओं का मूल्य निर्धारण करते समय अपनाई जाने वाली विभिन्न मूल्य-निर्धारक नीतियों का उल्लेख कीजिए। परिवहन एवं पर्यटन विपणन में अत्यल्प (Marginal) लागत का महत्व भी बतलाईए। 20
 6. पर्यटन वितरण संबंधी कुछ वितरण प्रणालियों का उल्लेख करते हुए पर्यटन विपणन में बिचौलियों (intermediaries) की भूमिका भी स्पष्ट कीजिए। 20
 7. पर्यटन में मौसमीपन (seasonality) की क्या भूमिका है? उन प्रकारों और कारणों का उल्लेख कीजिए जो पर्यटन में मौसमीपन के सहयोजक (contributor) होते हैं। 20
 8. पर्यटन विपणन में आयोजनों, गतिविधियों तथा व्यक्तियों की भूमिका स्पष्ट कीजिए। 20
 9. प्रतिष्ठित (star) वर्ग के होटलों द्वारा विपणन में सामना की जाने वाली समस्याओं पर सोदाहरण प्रकाश डालिए। 20
 10. यात्रा प्रचालन और यात्रा प्रचालनों के विपणन में विवरण-पुस्तिका (विवरणिका-ब्रोशर) की भूमिका पर प्रकाश डालिए। 20
-

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)

Term-End Examination

December, 2016

TS-006 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : (i) *Attempt any five questions in about 600 words each.*
(ii) *All questions carry equal marks.*

1. Define Tourism Marketing. What is the nature and scope of Tourism Marketing ? 20
2. Bring out the significance of technology in Tourism Marketing. 20
3. Discuss in detail the difference between 'Marketing concept' and 'Selling concept'. Which concept is more suitable for the tourism industry and why ? 20
4. Giving suitable examples, discuss the role of FAM tours as an excellent marketing tool. 20
5. What are the three main distribution channels in travel and tourism marketing ? Explain each of these briefly. 20
6. Explain the significance of the following in tourism industry : 20
 - (a) Market segmentation
 - (b) Seasonal marketing

7. Discuss the role of travel agencies and tour operators in marketing of events. 20
8. Which forms of sales promotion are most effective in getting guests to try new product or service in a hotel ? 20
9. Elaborate the steps involved in the designing and printing of tour brochures. 20
10. Write short notes on the following : 5x4=20
- (a) Product mix
 - (b) Airline Marketing
 - (c) Tourism fairs and travel marts
 - (d) MIS
-

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

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2016

टी.एस.-006 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

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

(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. पर्यटन विपणन को परिभाषित कीजिए। पर्यटन विपणन की प्रकृति और संभावनाओं का उल्लेख कीजिए। 20
2. पर्यटन विपणन में प्रौद्योगिकी के महत्त्व पर प्रकाश डालिए। 20
3. 'विपणन संकल्पना' और 'विक्रय संकल्पना' के अन्तर्भेद पर विस्तार से विचार कीजिए। पर्यटन उद्योग के लिए कौन सी संकल्पना अधिक उपयुक्त है, और क्यों? 20
4. उत्तम विपणन साधन के रूप में फैम टूर (FAM Tours) की भूमिका पर समुचित उदाहरण देते हुए चर्चा कीजिए। 20
5. यात्रा एवं पर्यटन विपणन में तीन मुख्य वितरण प्रणालियाँ कौन-कौन सी हैं? प्रत्येक का संक्षिप्त विवरण दीजिए। 20

6. पर्यटन उद्योग में निम्नलिखित का क्या महत्व है? बताइए। 20
(a) बाजार विभाजन (Market segmentation)
(b) मौसमी विपणन (Seasonal marketing)
7. कार्यक्रमों के विपणन में यात्रा-एजेन्सियों और यात्रा-प्रचालकों की भूमिका स्पष्ट कीजिए। 20
8. ऐसे विक्री-प्रोत्साहनों का उल्लेख कीजिए जो होटलों में उपलब्ध नई सुविधाओं को यात्रियों द्वारा उपयोग में लाने हेतु सर्वाधिक प्रभावी हो सकते हैं? 20
9. यात्रा-विवरणिका के परिरूपण और मुद्रण से जुड़े विभिन्न चरणों पर विस्तार से चर्चा कीजिए। 20
10. निम्नलिखित पर लघु टिप्पणियाँ लिखिए : 5x4=20
(a) उत्पाद-मिश्र (Product Mix)
(b) एअरलाइन विपणन (Airline Marketing)
(c) पर्यटन मेले और यात्रा हाट
(d) एम आई एस (MIS)
-

09166

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)

Term-End Examination

June, 2017

TS-006 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : (i) *Attempt any five questions in about 600 words each.*
(ii) *All questions carry equal marks.*

1. Discuss the meaning and concept of marketing along with the different stages through which it has evolved. 20
2. Discuss the variables used for segmenting the tourist markets. Why is market segmentation necessary ? 20
3. List the major tourist generating markets for India. Discuss the characteristics of any two such markets. 20
4. How can you analyse the competitiveness of a market ? Explain the strategic options to face competition. 20
5. Explain the concepts that are crucial in responsible marketing. Also explain various agencies involved in responsible tourism. 20

6. Illustrate the role of NGOs in tourism marketing. Can they help in developing responsible tourism? 20
 7. What is advertising? How is it different from public relations? Explain the contribution of these towards tourism promotion. 20
 8. Analyze the alternative accommodation and its importance in tourism markets. Give suitable examples. 20
 9. Write an essay on Airlines marketing. 20
 10. Write short notes on the following : 10x2=20
 - (a) Role of brochures in tourism
 - (b) Marketing mix for star category hotel
-

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

सत्रांत परीक्षा

जून, 2017

टी.एस.-006 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

- नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 600 शब्दों में दीजिए।
- (ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. विपणन के अर्थ और अवधारणा की चर्चा कीजिए। साथ ही, 20
उन विभिन्न अवस्थाओं की भी चर्चा कीजिए जिनसे इसका
विकास हुआ है।
2. पर्यटक बाजारों के प्रखंडन के लिए प्रयुक्त विविध कारकों की 20
चर्चा कीजिए। बाजार प्रखंडन आवश्यक क्यों है?
3. भारत के लिए प्रमुख पर्यटन सृजक बाजारों की सूची बनाइए। 20
उनमें से किन्हीं दो बाजारों की विशेषताओं की चर्चा कीजिए।
4. आप बाजार की प्रतियोगिता का विश्लेषण किस प्रकार करेंगे? 20
प्रतियोगिता का सामना करने के लिए विभिन्न रणनीतिक विकल्पों
की व्याख्या कीजिए।

5. विपणन के लिए उत्तरदायी महत्त्वपूर्ण अवधारणाओं की व्याख्या कीजिए। उत्तरदायी विपणन में सम्मिलित विभिन्न एजेंसियों की भी व्याख्या कीजिए। 20
6. पर्यटन विपणन में गैर-सरकारी संगठनों की भूमिका स्पष्ट कीजिए। क्या ये उत्तरदायी पर्यटन विकसित करने में मदद करते हैं? 20
7. विज्ञापन क्या है? यह जन संपर्क से किस प्रकार भिन्न है? पर्यटन प्रोत्साहन में इनके योगदान की व्याख्या कीजिए। 20
8. वैकल्पिक आवासीय व्यवस्था और पर्यटन विपणन में इसके महत्त्व का सोदाहरण विश्लेषण कीजिए। 20
9. एयरलाइंस विपणन पर एक निबंध लिखिए। 20
10. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10x2=20
- (a) पर्यटन में प्रचार पुस्तिकाओं (ब्रोशर) की भूमिका
- (b) स्टार श्रेणी के होटल के लिए विपणन मिश्र
-

02543

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)

Term-End Examination
December, 2017

TS-006 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : (i) *Attempt any five questions in about 600 words.*
(ii) *All questions carry equal marks.*

1. Explain the link between demand and supply in tourism and also differentiate tourism marketing and selling. 20
2. Discuss the significance of market segmentation in tourism marketing. What role does it play in product design ? 20
3. Discuss the emerging trends of Domestic tourism in India. 20
4. What is tourism forecasting ? Explain the factors that influence tourism. 20
5. Explain various environmental friendly marketing strategies to maintain harmony between tourism and environment. 20
6. What do you understand by a product ? Design a tourism product keeping in view the marketing concepts. 20

7. Write an essay on the role of seasonality in tourism marketing. 20
 8. Develop marketing plan for the promotion of local foods at national and international forums. 20
 9. Explain the various constituents of tourism industry along with the contribution of each towards enhancing tourists' experience. 20
 10. Write short notes on the following : 10x2=20
 - (a) FAM Tours
 - (b) Marketing events and festivals
-

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

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2017

टी.एस.-006 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

- नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 600 शब्दों में दीजिए।
- (ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. पर्यटन में माँग और आपूर्ति के बीच संबंध की व्याख्या कीजिए 20
और पर्यटन विपणन एवं विक्रय में अंतर भी स्पष्ट कीजिए।
2. पर्यटन विपणन में बाजार प्रखंडन के महत्व की चर्चा कीजिए। 20
उत्पाद डिजाइन में यह क्या भूमिका निभाता है?
3. भारत में घरेलू (देशीय) पर्यटन की उभरती हुई प्रवृत्तियों की 20
चर्चा कीजिए।
4. पर्यटन हेतु पूर्वानुमान क्या है? पर्यटन को प्रभावित करने वाले 20
कारकों की व्याख्या कीजिए।
5. पर्यटन और पर्यावरण के बीच सामंजस्य बनाए रखने के लिए 20
विभिन्न पर्यावरण - अनुकूल रणनीतियों की व्याख्या कीजिए।

6. उत्पाद से आप क्या समझते हैं? विपणन अवधारणाओं को ध्यान में रखते हुए पर्यटन उत्पाद डिजाइन कीजिए। 20
7. पर्यटन विपणन में मौसमीयता की भूमिका पर एक निबंध लिखिए। 20
8. राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय मंचों पर स्थानीय आहार के प्रोत्साहन के लिए विपणन योजना विकसित कीजिए। 20
9. पर्यटन उद्योग के विभिन्न घटकों और पर्यटकों के अनुभवों को बढ़ाने में प्रत्येक घटक के योगदान की व्याख्या कीजिए। 20
10. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10x2=20
(a) परिचय यात्राएँ
(b) विपणन घटनाएँ और त्यौहार
-

TOURISM STUDIES
BTS/MTM-II/BHM/DTS/BSCHIIHA/BAIHA

Term-End Examination

June, 2018

TS-006 : 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 do you understand by Marketing ? Outline the characteristic features of various marketing activity concepts. 20
2. Explain various approaches and applications of market segmentation in the tourism trade. 20
3. Why and how should Tourism enterprises analyse their competitors ? 20
4. Discuss the impact of modern technologies on the operation and functioning of the tourism and hospitality enterprises. 20
5. Describe the various elements of Promotion Mix. 20
6. Elaborate the role and types of Intermediaries in Tourism Industry. 20

7. What do you understand by Distribution channel of tourism products and services ? Give an account of the levels of Distribution channels and the factors to be considered while selecting them. 20
8. How is Tourism business linked to seasonality issues ? Elaborate. 20
9. Write an essay on the issues involved in Airlines marketing. 20
10. Write short notes on the following in about 150 words each : 4x5=20
- (a) Role of NGOs at tourism destination
 - (b) Agencies involved in Responsible tourism
 - (c) Push and Pull strategies in Marketing
 - (d) Fifth P of Marketing
-

पर्यटन अध्ययन

बी.टी.एस./एम.टी.एम.-II/बी.एच.एम./डी.टी.एस./
बी.एस.सी.एच.आई.एच.ए./बी.ए.आई.एच.ए.

सत्रांत परीक्षा

जून, 2018

टी.एस.-006 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

- नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 600 शब्दों में दीजिए।
- (ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. विपणन से आप क्या समझते हैं? विभिन्न विपणन गतिविधि अवधारणाओं की विशेषताओं को रेखांकित कीजिए। 20
2. पर्यटन व्यापार में बाजार प्रखंडन के विभिन्न दृष्टिकोणों और अनुप्रयोगों की व्याख्या कीजिए। 20
3. पर्यटन उद्यम अपने प्रतिद्वंद्वियों का विश्लेषण क्यों और कैसे करते हैं? 20
4. पर्यटन और आतिथ्य उद्यमों के संचालन और कार्य-प्रणाली पर आधुनिक प्रौद्योगिकियों के प्रभाव की चर्चा कीजिए। 20
5. प्रोत्साहन मिश्र के मुख्य तत्त्वों का वर्णन कीजिए। 20

6. पर्यटन उद्योग में मध्यवर्तियों की भूमिका और प्रकारों की व्याख्या कीजिए। 20
7. पर्यटन उत्पादों और सेवाओं की वितरण प्रणाली से आप क्या समझते हैं? वितरण प्रणाली के विभिन्न स्तरों तथा उनका चयन करते समय ध्यान में रखे जाने योग्य कारकों का उल्लेख कीजिए। 20
8. पर्यटन व्यवसाय मौसमीयता मुद्दों से किस प्रकार संबंधित है? व्याख्या कीजिए। 20
9. एयरलाइन्स विपणन से संबंधित विभिन्न मुद्दों पर एक निबंध लिखिए। 20
10. निम्नलिखित में से प्रत्येक पर लगभग 150 शब्दों में संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 4x5=20
- (a) गंतव्य स्थलों पर गैर-सरकारी संगठनों की भूमिका
 - (b) उत्तरदायी पर्यटन में सम्मिलित संस्थाएँ
 - (c) विपणन में निम्नोच्च (Push and Pull) रणनीतियाँ
 - (d) विपणन का पंचम 'पी'

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)
Term-End Examination
December, 2018

06514

TS-06 : TOURISM MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : Answer any **five** questions in about 600 words each. All questions carry equal marks.

1. Identify the major variables used for segmenting the market for tourism products and services. Explain any three variables with suitable examples. 20
2. Discuss the relevance and scope of marketing research in the tourism and hospitality industry. 20
3. Elaborate on the possibilities of using technology to enhance the experience of tourism products. 20
4. Enumerate the role of NGOs in creating tourism awareness and development of destinations. 20
5. Explain the concept and relevance of socially responsible marketing in tourism. Highlight how it is different from the traditional marketing concept. 20

6. Write notes on any *two* of the following in about 300 words each : 2×10=20
- (a) Advertising
 - (b) Public Relations
 - (c) Sales Promotion
 - (d) Personal Selling
7. Describe the four basic P's of marketing. Justify the relevance and use of a fifth P for marketing tourism products and services. 20
8. With the help of an example, discuss the various aspects to be considered for destination marketing. 20
9. Enumerate demand levels for star category hotels and suggest marketing tasks for each level. 20
10. Write short notes on the following in about 150 words each : 4×5=20
- (a) Difference between Goods and Services
Distribution Characteristics
 - (b) Promotional Budgets
 - (c) Features of Airlines Marketing
 - (d) Competition Analysis
-

पर्यटन अध्ययन
(डी.टी.एस., बी.टी.एस.,
बी.एच.एम. (एक्स डिप्लोमा), एम.टी.एम.-II)
सत्रांत परीक्षा
दिसम्बर, 2018

टी.एस.-06 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

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

1. पर्यटन उत्पादों और सेवाओं के लिए बाज़ार प्रखंडन के लिए इस्तेमाल किए जाने वाले प्रमुख कारकों (चरों) की पहचान कीजिए। उपयुक्त उदाहरणों सहित किन्हीं तीन कारकों (चरों) की व्याख्या कीजिए। 20
2. पर्यटन और आतिथ्य उद्योग में विपणन अनुसंधान के महत्त्व और क्षेत्र की चर्चा कीजिए। 20
3. प्रौद्योगिकी के उपयोग से पर्यटन उत्पादों के अनुभव को बढ़ाने की संभावनाओं की सविस्तर व्याख्या कीजिए। 20
4. पर्यटन जागरूकता के सृजन और गंतव्य स्थलों के विकास में गैर-सरकारी संगठनों की भूमिका का उल्लेख कीजिए। 20
5. पर्यटन में सामाजिक उत्तरदायित्व विपणन की अवधारणा और महत्त्व की व्याख्या कीजिए। यह परंपरागत विपणन अवधारणा से किस प्रकार भिन्न है ? प्रकाश डालिए। 20

6. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर लगभग 300 शब्दों (प्रत्येक) में टिप्पणियाँ लिखिए : 2×10=20
- (क) विज्ञापन
 (ख) जनसम्पर्क
 (ग) विक्रय प्रोत्साहन
 (घ) वैयक्तिक विक्रय
7. विपणन के चार मूलभूत 'पी' का वर्णन कीजिए। पर्यटन उत्पादों और सेवाओं के विपणन के लिए 'पंचम पी' के महत्त्व और उपयोग का औचित्य सिद्ध कीजिए। 20
8. एक उदाहरण की सहायता से पर्यटक स्थल (गंतव्य) विपणन के लिए विचार किए जाने योग्य विभिन्न पक्षों की चर्चा कीजिए। 20
9. स्टार श्रेणी के होटलों के लिए माँग स्तरों का उल्लेख कीजिए और प्रत्येक स्तर के लिए विपणन कार्य सुझाइए। 20
10. निम्नलिखित पर लगभग 150 शब्दों (प्रत्येक) में संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 4×5=20
- (क) माल (सामान) और सेवाओं की वितरण विशेषताओं में अंतर
 (ख) प्रोत्साहनमूलक बजट
 (ग) एयरलाइन्स विपणन की विशेषताएँ
 (घ) प्रतियोगिता विश्लेषण

11994

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM (Ex Diploma), MTM-II)

Term-End Examination

June, 2019

TS-006 : 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 "Forecasting" ? Explain different methods of forecasting along with its applications in tourism. 20
2. Explain the link between demand and supply in Tourism. Is there any difference between marketing and selling ? Give suitable examples. 20
3. Write an essay on "Marketing Research". 20
4. Critically analyze the role of information and technology in tourism marketing. 20
5. Illustrate the role of public organization in tourism marketing. Substantiate your answer with suitable examples. 20

6. What is 'Tourism Product Mix' ? How would you design and develop a tourism product ? Give suitable examples. 20
7. "Marketing experts have added many more to the basic 4P formula". Discuss the need and relevance of other Ps in travel and tourism marketing. 20
8. Describe the role of shopping and museum in enhancing attractiveness of a destination. Give suitable examples. 20
9. What do you mean by "Alternative Accommodation" ? Analyze the importance of alternative accommodation in tourism. Give suitable examples. 20
10. Write short notes on : 10x2=20
- (a) Commission and discounts of travel agency business
 - (b) Youth Hostels
-

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

सत्रांत परीक्षा

जून, 2019

टी.एस.-006 : पर्यटन विपणन

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

- नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 600 शब्दों में दीजिए।
(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. पूर्वानुमान क्या है? पूर्वानुमान की विभिन्न विधियों और पर्यटन में उनके अनुप्रयोग का वर्णन कीजिए। 20
2. पर्यटन में माँग और अपूर्ति के संबंध का वर्णन कीजिए। विपणन और विक्रय में क्या कोई भेद हैं? समुचित उदाहरणों सहित स्पष्ट कीजिए। 20
3. विपणन अनुसंधान पर एक निबंध लिखिए। 20
4. पर्यटन विपणन में सूचना और प्रौद्योगिकी की भूमिका का आलोचनात्मक विश्लेषण कीजिए। 20

5. पर्यटन विपणन में सार्वजनिक संगठनों की भूमिका पर प्रकाश डालिए। समुचित उदाहरणों से अपने उत्तर की पुष्टि कीजिए। 20
6. 'पर्यटन-उत्पाद-मिश्र' क्या है? आप किसी पर्यटन उत्पाद का प्रारूप कैसे बनाएँगे तथा किस प्रकार उसे विकसित करेंगे? उपयुक्त उदाहरण भी दीजिए। 20
7. 'बुनियादी 4पी (4P) फार्मूले में विपणन विशेषज्ञों ने कई और बातें जोड़ी हैं।' यात्रा एवं पर्यटन विपणन के संदर्भ में अन्य पी (P) की आवश्यकता एवं प्रासंगिकता की चर्चा कीजिए। 20
8. किसी पर्यटन स्थल के अकर्षण को बढ़ाने में खरीददारी और संग्रहालय की भूमिका का सोदाहरण वर्णन कीजिए। 20
9. वैकल्पिक आवास व्यवस्था से आप क्या समझते हैं? पर्यटन में वैकल्पिक आवास के महत्त्व का सोदाहरण विवेचन कीजिए। 20
10. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए : 10x2=20
- (a) यात्रा एजेंसी कारोबार में कमीशन और छूट
- (b) युवा आवास (Youth Hostel)
-

TOURISM STUDIES
[DTS, BTS, BHM (Ex-Diploma), MTM-II]
Term End Examination,
June, 2020
TS-006 : TOURISM MARKETING

Time : 2 Hours

Maximum Marks : 100

GENERAL INSTRUCTIONS

1. All questions are **compulsory**. Each question carries **2** mark.
2. No cell phones, calculators, books, slide-rules, notebooks or written notes, etc. will be allowed inside the examination hall.
3. You should follow the instructions given by the Centre Superintendent and by the Invigilator at the examination venue. If you violate the instructions, you will be disqualified.
4. Any candidate found copying or receiving or giving assistance in the examination will be disqualified.
5. The Question Paper and the OMR Response Sheet (Answer Sheet) would be supplied to you by the Invigilators. After the examination is over, you should hand over the OMR Response Sheet to the Invigilator before leaving the examination hall. Any candidate who does not return the OMR Response Sheet will be disqualified and the University may take further action against him/her.
6. All rough work is to be done on the question paper itself and not on any other paper. Scrap paper is not permitted. For arriving at answers you may work in the margins, make some markings or underline in the test booklet itself.
7. The University reserves the right to cancel the result of any candidate who impersonates or uses/adopts other malpractices or uses any unfair means. The University may also follow a procedure to verify the validity of scores of all examinees uniformly. If there is substantial indication that your performance is not genuine, the University may cancel your result.

How to fill up the information on the OMR Response Sheet (Examination Answer Sheet)

1. Write your complete Enrolment No. in 9 digits. This should correspond to the enrolment number indicated by you on the OMR Response Sheet. Also write your correct name, address with pin code in the space provided. Put your signatures on the OMR Response Sheet with date. Ensure that the Invigilator in your examination hall also puts his signatures with date on the OMR Response Sheet at the space provided.
2. On the OMR Response Sheet student's particulars are to be filled in by blue/black ball pen also. Use blue/black ball pen for writing the Enrolment No. and Examination Centre Code as well as for blackening the circle bearing the correct answer number against the serial number of the question.
3. Do not make any stray remarks on this sheet.
4. Write correct information in numerical digits in Enrolment No. and Examination Centre Code Columns. The corresponding circle should be dark enough and should be filled in completely.
5. Each question is followed by four probable answers which are numbered (1), (2), (3) and (4). You should select and show only one answer to each question considered by you as the most appropriate or the correct answer. Select the most appropriate answer. Then by using blue/black ball pen, blacken the circle bearing the correct answer number against the serial number of the question. If you find that answer to any question is none of the four alternatives given under the question, you should darken the circle with '0'.
6. No credit will be given if more than one answer is given for one question. Therefore, you should select the most appropriate answer.
7. You should not spend too much time on one question. If you find any particular question difficult, leave it and go to the next. If you have time left after answering all the questions, you may go back to the unanswered question.
8. There is no negative marking for wrong answers.

1. In the Production Era, the main emphasis is on developing :
 - (1) Standardised product
 - (2) Effective sales techniques
 - (3) Consumer need based products
 - (4) Promotional strategies

2. Which of the following is not a characteristic feature of a tourism product ?
 - (1) Perishable
 - (2) Heterogeneity
 - (3) No ownership
 - (4) Standardised product

3. A structured guide for carrying out marketing operations is known as _____.
 - (1) Marketing Research
 - (2) Marketing Plan
 - (3) Marketing Process
 - (4) Marketing Philosophy

4. Psychographic segmentation refers to segmenting the market based on variables like :
 - (1) age, gender etc.
 - (2) buyer's product knowledge
 - (3) social status
 - (4) spending pattern

5. Which of the following is not a major tourist generating country for tourism to India ?
 - (1) Pakistan
 - (2) U.S.A.
 - (3) Sri Lanka
 - (4) U.K.

6. In Random sampling :
- (1) some order is introduced into the choice of sample.
 - (2) samples are taken from different segments of the population.
 - (3) every member of the population has an equal chance of being in the sample.
 - (4) every member of the population do not have an equal chance of being in the sample.
7. If the entire population is sought to be contacted, it is known as _____ survey.
- (1) Sample
 - (2) Census
 - (3) Section
 - (4) Representative
8. Competition is inherent when :
- (1) there is only one supplier.
 - (2) there is no supplier.
 - (3) there are two or more suppliers.
 - (4) None of the above
9. Oligopoly exists in an industry when _____ company/companies have a substantial combined share of the industry.
- (1) one
 - (2) many
 - (3) few
 - (4) no
- TS-6 (4)

10. Time-series method of forecasting uses :

- (1) Market test
- (2) Historical data and then sorting it on time basis
- (3) Correlate demand with supply
- (4) Survey results

11. Technology refers to :

- (1) The know-how and techniques of marketing research
- (2) The know-how and techniques of market segmentation
- (3) The know-how and techniques of forecasting
- (4) The know-how and techniques of transforming inputs (resources) into outputs
(or results)

12. High technology demands more _____ at work.

- | | |
|------------------------------|---------------------|
| (1) Muscle power | (2) Body strength |
| (3) Utilisation of knowledge | (4) Manual activity |

13. In India, National Tourism Organisation (NTO) refers to :

- (1) Department of Tourism at State level
- (2) Indian Association of Tour Operators
- (3) District Level Tourism Organisation
- (4) Ministry of Tourism at the Centre

14. Local Bodies are responsible for :

- (1) Formulation of National Tourism Plans
- (2) Infrastructural support like—electricity, water, road, sanitation etc.
- (3) Co-ordination between the various tourism organisations
- (4) Sanction of tourism projects

15. The concept of Dilli Haat is based on :

- (1) Craft Market Place
- (2) Leisure tourist attraction
- (3) Commercial shopping complex
- (4) Food Court

16. Sites around the world are given 'World Heritage' status by :

- | | |
|------------|-----------|
| (1) UNESCO | (2) UNWTO |
| (3) WTTC | (4) WHO |

17. Which of the following is not a role of the tourism NGOs ?

- (1) Criticising tourism policy in the hope of making it more just.
- (2) Highlighting problems directly borne out of tourism destination at the site.
- (3) Lobbying and advocacy.
- (4) Implementing tourism projects at destinations.

18. Which of the following is least relevant in Socially Responsible Marketing ?

- (1) Seeks to influence social behaviour
- (2) Benefit the target audience
- (3) Benefit the marketer
- (4) Make the society a better place

19. _____ are concepts critical to Socially Responsible Tourism.

- (1) Alternative Development, Sustainable Development and Carrying Capacity
- (2) Alternative Development, Sustainable Development and Mass Tourism
- (3) Sustainable Development, Carrying Capacity and Seasonal Marketing
- (4) Sustainable Development, Carrying Capacity and Promotional Mix

20. Neemrana Fort Palace as a Heritage Hotel is an example of :

- | | |
|--------------------|-------------------|
| (1) Rehabilitation | (2) Conservation |
| (3) Restoration | (4) None of these |

21. Choose the correct statement :

- (1) Product mix is a set of product lines and product items.
- (2) Product lines is a set of product mix and product items.
- (3) Product item is a set of product mix and product lines.
- (4) Product mix is a set of product lines only.

22. Which of the following is not a Product level ?

- (1) Core Benefit
- (2) Generic Product
- (3) Specific Product
- (4) Augmented Product

23. Demand Oriented Pricing Objectives is based on :

- (1) maximum revenue generation
- (2) customer's willingness and capacity to pay
- (3) price variation to ensure demand matches supply
- (4) the price of the competitor

24. In 'Going Rate Pricing Practice', pricing is :

- (1) done on an assessment of what value the consumer perceives in the product/service on offer.
- (2) based on what the competition is charging.
- (3) fixed above the prevailing market price.
- (4) done to yield a certain target rate of return on the investment made.

25. Trade discount is not available to :

- (1) Tour operators
- (2) Travel agents
- (3) Tourists
- (4) People employed in the trade

26. _____ is a variable cost.

- (1) Rent of office building
- (2) Cost of reservation made in a hotel by a tour operator
- (3) Salary of employee
- (4) Electricity charges

27. In-flight magazine of Air India carries the message why some of the seats in an aircraft are empty. This relates to :

- (1) Advertising
- (2) Personal Selling
- (3) Public Relations
- (4) Sales Promotion

28. One of the 4P's of Tourism Marketing Mix is Place. Here 'Place' refers to :

- (1) Place where the tourist originates from
- (2) Place where the tourist visits
- (3) Place where tourism activity takes place
- (4) Distribution channels or means by which tourism supplier gain access to potential tourist

29. Selection of Channels and Intermediaries does not depend upon which of the following factors ?

- (1) Access to end user
- (2) Amenities at the destination
- (3) Choosing the best intermediary
- (4) Geographical coverage desired

30. _____ is an example of Peripheral Physical Evidence.

- (1) Railway Ticket
- (2) Travel Agent Office
- (3) Tourist Coach
- (4) Tourist Information Centre

31. FAM tour means :

- (1) Family tour
- (2) Fantasy tour
- (3) Familiarisation tour
- (4) Fun tour

32. Which of the following is not the purpose of a FAM tour ?

- (1) Destination promotion and image building
- (2) Setting pricing objectives
- (3) Introducing new products
- (4) Publicising events

33. _____ is a major problem during peak tourist season.

- (1) Closure of tourism units
- (2) High maintenance of tourism units
- (3) Shortage in essential supply
- (4) Declining profit

34. One of the following is not a standard agenda in Trade Fairs/Travel Mart interactions :

- (1) Commissions are decided
- (2) Volume of business is discussed and decided
- (3) Producers meet new buyers
- (4) Emphasis on general public participation

35. The venue for the World Travel Market (WTM) is in which city ?

- | | |
|--------------|------------|
| (1) Paris | (2) London |
| (3) New York | (4) Delhi |

36. Issues to be considered in tourism promotion (which is the most appropriate option ?)

- (1) Checking negative image and adverse publicity
- (2) Product differentiation and destination positioning
- (3) Role of local bodies
- (4) All of the above

37. When Cultural Events are priced to earn tourist dollar, they :

- (1) become more meaningful to the community and its cultural needs.
- (2) are further alienated from the community and its cultural needs.
- (3) do not have any impact on the community and its cultural needs.
- (4) are appreciated by all.

38. The Olympics belong to which category of Events ?

- (1) Political Events
- (2) Cultural Events
- (3) Hallmark Events
- (4) Minor Events

39. India can best be marketed as :

- (1) an adventure tourism destination
- (2) an educational tourism destination
- (3) a cultural tourism destination
- (4) a sports tourism destination

40. Maharashtra's famous Prasad for Ganesh Chaturthi is :

- (1) Modak
- (2) Halwa
- (3) Jalebi
- (4) Laddu

41. Accommodation Marketing falls in which category ?

- (1) Marketing of Goods
- (2) Marketing of Services
- (3) Marketing of Goods/Services
- (4) None of the above

42. What do you mean by Overfull Demand?
- (1) When the target consumers are indifferent to the new product.
 - (2) When a substantial number of consumers share a strong desire for something that cannot be satisfied by an existing product.
 - (3) When the demand level is higher than that can be handled by a company.
 - (4) When there is variation in demand.
43. Choose the correct combination :
- (1) No Demand—Stimulational Marketing
 - (2) Latent Demand—Demarking
 - (3) Overall Demand—Stimulational Demand
 - (4) Overall Demand—Developmental Marketing
44. _____ is an example of formal sector accommodation.
- | | |
|-----------------------|-------------------|
| (1) Dak Bungalows | (2) Youth Hostels |
| (3) Commercial Hotels | (4) Guest House |
45. Motels are usually located :
- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| (1) along highways | (2) in city centres |
| (3) in commercial centres | (4) in residential areas |
46. The basic characteristics of Condominium relates to :
- (1) Exclusive ownership of both living space and common facilities
 - (2) Private ownership of living space with joint ownership of common facilities
 - (3) Rooms booked in commercial hotels
 - (4) Bed and breakfast establishment

47. The _____ nature of the tourism product/service makes joint promotion of the products and services of various constituents of a necessity.

- (1) interdependent
- (2) stand alone
- (3) intangible
- (4) perishable

48. Identify the wrong statement :

- (1) Some tour operators employ sales representatives to establish business links.
- (2) A tour operator has to carefully plan his/her distribution channels.
- (3) Tour operators rely exclusively on individual tourist for their business.
- (4) Tour operators need to go for SWOT analysis.

49. Which of the following is not an external force impacting tour operation business ?

- (1) Fluctuations in currencies
- (2) Airline strikes
- (3) Law and Order situation
- (4) Competency level of in-house employees

50. _____ is a factor used in market segmentation based on tourists' motives.

- (1) Income
- (2) Family size
- (3) Preference for cultural attractions
- (4) Mode of travel

पर्यटन अध्ययन
[डी. टी. एस., बी. टी. एस., बी. एच. एम.
(एक्स डिप्लोमा), एम. टी. एम.-II]

सत्रांत परीक्षा, जून, 2020

टी. एस.-006 : पर्यटन विपणन

समय: 2 घण्टे

अधिकतम अंक: 100

सामान्य निर्देश

1. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है।
2. परीक्षा कक्ष के अंदर सेलफोन, कैलकुलेटर्स, पुस्तकें, स्लाइड-रूल्स, नोटबुकस या लिखित नोट्स, इत्यादि ले जाने की अनुमति नहीं है।
3. आपको परीक्षा स्थल पर केंद्र व्यवस्थापक व निरीक्षक के द्वारा दिए गये निर्देशों का अनुपालन करना होगा। ऐसा न करने पर आपको अयोग्य घोषित किया जाएगा।
4. कोई परीक्षार्थी नकल करते या कराते हुए पकड़ा जाता है तो उसे अयोग्य घोषित कर दिया जाएगा।
5. आपको निरीक्षक द्वारा प्रश्नपत्र तथा ओ. एम. आर. उत्तर पत्रक प्रदान किया जाएगा। परीक्षा समाप्त हो जाने के पश्चात्, परीक्षा कक्ष छोड़ने से पहले ओ. एम. आर. उत्तर पत्रक को निरीक्षक को सौंप दें। किसी परीक्षार्थी द्वारा ऐसा न करने पर उसे अयोग्य घोषित कर दिया जाएगा तथा विश्वविद्यालय उसके खिलाफ आगे कार्यवाही कर सकता है।
6. सभी रफ कार्य प्रश्नपत्र पर ही करना है, किसी अन्य कागज पर नहीं। स्क्रेप पेपर की अनुमति नहीं है। उत्तर देते समय आप उत्तर-पुस्तिका में ही हाशिये का प्रयोग कर सकते हैं, कुछ निशान लगा सकते हैं या रेखांकित कर सकते हैं।
7. विश्वविद्यालय को यह अधिकार है कि किसी परीक्षार्थी द्वारा अनुचित व्यवहार या अनुचित साधनों का प्रयोग करने पर उसके परिणाम को रद्द कर दे। विश्वविद्यालय को भी चाहिए कि वह सभी परीक्षार्थियों के अंकों की जाँच एकसमान रूप से करे। यदि कहीं से ऐसा दिखाई देता है कि आपका निष्पादन उचित नहीं है, तो विश्वविद्यालय आपके परिणाम रद्द कर सकता है।

ओ. एम. आर. उत्तर-पत्रक (परीक्षा उत्तर पत्रक) पर सूचना कैसे भरें

1. 9 अंकों में अपना पूर्ण अनुक्रमांक लिखें। यह अनुक्रमांक ओ. एम. आर. उत्तर पत्रक पर आपके द्वारा डाले गए अनुक्रमांक से मिलना चाहिए। दिए गए स्थान में अपना सही नाम, पता भी पिन कोड सहित लिखिए। ओ. एम. आर. उत्तर पत्रक पर तिथि सहित अपने हस्ताक्षर कीजिए। यह सुनिश्चित कर लें कि आपके परीक्षा कक्ष में निरीक्षक ने भी दी गई जगह पर तिथि सहित ओ. एम. आर. उत्तर पत्रक पर हस्ताक्षर कर दिए हैं।
2. ओ. एम. आर. उत्तर पत्रक पर परीक्षार्थी का विवरण नीले/काले बाल पेन द्वारा भरा जाना चाहिए। अनुक्रमांक व परीक्षा केंद्र कूट लिखने व साथ ही प्रश्न के क्रमांक के सामने सही उत्तर-संख्या वाले गोले को काला करने के लिए भी नीले/काले बाल पेन का प्रयोग करें।
3. इस पत्रक पर कोई अवांछित निशान न लगायें।
4. अनुक्रमांक तथा परीक्षा केंद्र कूट स्तंभ में सही सूचना अंकों में लिखें। संगत गोले को पूर्णतः गहरा करें तथा पूर्ण रूप से भरें।
5. प्रत्येक प्रश्न के चार संभावित उत्तर हैं जिन्हें (1), (2), (3) व (4) द्वारा दर्शाया गया है। आपको इनमें से सर्वाधिक उचित उत्तर को चुनकर दर्शाना है। सर्वाधिक उचित उत्तर को चुनकर नीले/काले बाल पेन से प्रश्न के क्रमांक के सामने सही उत्तर वाले गोले को काला करें। यदि आपको लगे कि प्रश्न के नीचे दिए हुए चार विकल्पों में से कोई सही नहीं है, आप गोले को '0' सहित काला करें।
6. एक से अधिक उत्तर होने पर कोई अंक नहीं मिलेगा। इसलिए सर्वाधिक उचित उत्तर को ही चुनें।
7. एक प्रश्न पर अधिक समय मत खर्च कीजिए। यदि आपको कोई प्रश्न कठिन लग रहा हो, तो उसे छोड़कर अगले प्रश्न को हल करने का प्रयास कीजिए। बाद में समय बचने पर उस छोड़े हुए प्रश्न का उत्तर दे सकते हैं।
8. गलत उत्तरों हेतु कोई ऋणात्मक अंकन नहीं होगा।

1. उत्पादन युग में, प्रमुख बल दिया जाता है :

- (1) मानकीकृत उत्पाद विकसित करने पर
- (2) प्रभावी विक्रय तकनीकों के विकास पर
- (3) उपभोक्ता जरूरत आधारित उत्पादों के विकास पर
- (4) प्रोन्नतिपूर्ण रणनीतियों के विकास पर

2. निम्नलिखित में से कौन-सा पर्यटन उत्पाद का विशिष्ट अभिलक्षण नहीं है ?

- (1) शीघ्र नष्ट होने योग्य (नाशवान)
- (2) विषमता
- (3) स्वत्व नहीं
- (4) मानकीकृत उत्पाद

3. विपणन संक्रियाओं को संचालित करने हेतु संरचनात्मक निर्देशन को कहते हैं :

- (1) विपणन शोध
- (2) विपणन योजना
- (3) विपणन प्रक्रिया
- (4) विपणन दर्शन

4. मनोवैज्ञानिक विभाजन का तात्पर्य है जैसे चरों पर आधारित बाजार का विखंडन करना।

- (1) आयु, लिंग आदि
- (2) क्रेता का उत्पाद ज्ञान
- (3) सामाजिक प्रस्थिति
- (4) खर्च प्रारूप

5. निम्नलिखित में से कौन-सा भारत के लिए प्रमुख पर्यटक भेजने वाला देश नहीं है ?
- (1) पाकिस्तान (2) अमेरिका
(3) श्रीलंका (4) ब्रिटेन
6. यादृच्छिक प्रतिचयन में :
- (1) प्रतिदर्श चुनाव में कोई क्रम प्रस्तुत किया जाता है।
(2) समग्र के विभिन्न खण्डों से प्रतिदर्श लिए जाते हैं।
(3) समग्र का प्रत्येक सदस्य प्रतिदर्श में समान जगह (अवसर) पाता है।
(4) समग्र के प्रत्येक सदस्य को प्रतिदर्श में समान अवसर नहीं मिलता है।
7. यदि संपूर्ण समग्र (जनसंख्या) से संपर्क करना है, तो इसे सर्वेक्षण कहा जाता है।
- (1) प्रतिदर्श (2) जनगणना
(3) सेक्शन (4) प्रतिनिधि
8. प्रतिस्पर्द्धा होगी, जब :
- (1) केवल एक पूर्तिकर्ता (supplier) हो
(2) कोई पूर्तिकर्ता नहीं हो
(3) दो या अधिक पूर्तिकर्ता हों
(4) उपर्युक्त में से कोई नहीं

9. किसी उद्योग में अल्पाधिकार (oligopoly) की स्थिति उत्पन्न होती है जब कम्पनी/कम्पनियों के पास उद्योग का सारभूत संयुक्त अंश हो।
- (1) एक (2) कई
(3) कुछ (4) कोई नहीं
10. पूर्वानुमान की समय-शृंखला विधि प्रयुक्त करती है :
- (1) बाजार परीक्षण
(2) ऐतिहासिक डेटा तथा उसके बाद इसे समय के आधार पर छँटना
(3) माँग को पूर्ति के साथ जोड़ना
(4) सर्वेक्षण परिणाम
11. टेक्नोलॉजी का तात्पर्य है :
- (1) विपणन शोध की तकनीकी जानकारी व तकनीकें
(2) बाजार विखंडीकरण की तकनीकी जानकारी तथा तकनीकें
(3) पूर्वानुमान की तकनीकी जानकारी तथा तकनीकें
(4) इनपुट (संसाधनों या स्रोतों) को आउटपुट (या परिणामों) में रूपांतरित करने की तकनीकी जानकारी व तकनीकें
12. उच्च तकनीकी कार्य पर अधिक की माँग करती है।
- (1) माँसपेशीय शक्ति (2) शारीरिक मजबूती
(3) ज्ञान के प्रयोग (4) हस्त क्रियाकलाप

13. भारत में, राष्ट्रीय पर्यटन संगठन (NTO) से तात्पर्य है :
- (1) राज्य स्तर पर पर्यटन विभाग
 - (2) भारतीय टूर ऑपरेटर्स संघ
 - (3) जिला स्तर का पर्यटन संगठन
 - (4) केंद्र में पर्यटन मंत्रालय
14. स्थानीय निकाय उत्तरदायी हैं :
- (1) राष्ट्रीय पर्यटन योजनाओं के निरूपण हेतु
 - (2) अधोसंरचनात्मक सपोर्ट जैसे--विद्युत, जल, सड़क, स्वच्छता इत्यादि हेतु
 - (3) विभिन्न पर्यटन संगठनों के मध्य समन्वय हेतु
 - (4) पर्यटन प्रोजेक्ट्स की मंजूरी हेतु
15. दिल्ली हाट की अवधारणा पर आधारित है।
- (1) क्राफ्ट बाजार स्थल
 - (2) सावकाश पर्यटन आकर्षण
 - (3) व्यावसायिक शॉपिंग कॉम्प्लेक्स
 - (4) फूड कोर्ट
16. Sites around the world को 'World Heritage' (विश्व विरासत) का दर्जा द्वारा प्रदान किया गया।
- (1) UNESCO
 - (2) UNWTO
 - (3) WTTC
 - (4) WHO

17. निम्नलिखित में से कौन-सा पर्यटन के गैर-सरकारी संगठनों का कार्य नहीं है ?

- (1) पर्यटन नीति को अधिक औचित्यपूर्ण बनाने की चाह में इसकी आलोचना करना
- (2) पर्यटन स्थल पर प्रत्यक्ष रूप से उत्पन्न समस्याओं को प्रकाशित करना
- (3) लॉबी प्रचार व ऐडवोकेसी (पक्षसमर्थन)
- (4) गंतव्य स्थलों पर पर्यटन प्रोजेक्ट्स का क्रियान्वयन करना

18. निम्नलिखित में से कौन-सा सामाजिक रूप से उत्तरदायी मार्केटिंग में सबसे कम प्रासंगिक है ?

- (1) सामाजिक व्यवहार को प्रभावित करने की कोशिश करता है
- (2) लक्षित समूह को लाभ पहुँचाना
- (3) क्रेता-विक्रेता को लाभ पहुँचाना
- (4) समाज को एक बेहतर स्थान बनाना

19. सामाजिक रूप से उत्तरदायी पर्यटन की प्रमुख अवधारणाएँ हैं।

- (1) वैकल्पिक विकास, संधृत विकास व धारण क्षमता
- (2) वैकल्पिक विकास, संधृत विकास व जन पर्यटन
- (3) संधृत विकास, धारण क्षमता व मौसमी विपणन
- (4) संधृत विकास, धारण क्षमता व प्रोन्नतिपूर्ण मिश्रण

20. एक हैरिटेज होटल के रूप में नीमराना फोर्ट पैलेस का उदाहरण है।

- | | |
|-------------------|---------------------------|
| (1) पुनर्विस्थापन | (2) संरक्षण |
| (3) पुनरुद्धार | (4) इनमें से किसी का नहीं |

21. सही कथन चुनिए :

- (1) उत्पाद मिश्रण उत्पाद लाइनों व उत्पाद आइटमों का एक सेट है।
- (2) उत्पाद लाइनें उत्पाद मिश्रण व उत्पाद आइटमों का एक सेट है।
- (3) उत्पाद आइटम उत्पाद मिश्रण व उत्पाद लाइनों का एक सेट है।
- (4) उत्पाद मिश्रण केवल उत्पाद लाइनों का एक सेट है।

22. निम्नलिखित में से कौन-सा एक उत्पाद स्तर नहीं है ?

- | | |
|--------------------|--------------------|
| (1) मूल लाभ | (2) जेनेरिक उत्पाद |
| (3) विशिष्ट उत्पाद | (4) आवर्धित उत्पाद |

23. माँग-आधारित मूल्य-निर्धारण उद्देश्य पर आधारित है।

- (1) अधिकतम राजस्व (आय) उत्पन्न करने
- (2) ग्राहक की भुगतान करने की चाहत तथा क्षमता
- (3) माँग व आपूर्ति का संतुलन सुनिश्चित करने हेतु मूल्य विभिन्नता
- (4) प्रतिस्पर्द्धी द्वारा निर्धारित मूल्य

24. 'चालू दर मूल्यन व्यवहार' में मूल्यन (मूल्य-निर्धारण) :

- (1) प्रस्ताव पर उपभोक्ता उत्पाद/सेवा में क्या मूल्य अनुभव करता है, इसके मूल्यांकन पर किया जाता है।
- (2) प्रतिस्पर्द्धा क्या कीमत वसूल कर रही है, इस पर आधारित होता है।
- (3) विद्यमान बाजार मूल्य पर निर्धारित किया जाता है।
- (4) विनियोजित राशि पर एक निश्चित लक्ष्यित प्रत्याय दर प्राप्त करने हेतु किया जाता है।

25. व्यापारिक छूट उपलब्ध नहीं होती :

- (1) टूर संचालकों को
- (2) ट्रेवल एजेंटों को
- (3) पर्यटकों को
- (4) व्यापार में नियोजित लोगों को

26. एक परिवर्तनशील मूल्य है।

- (1) दफ्तर बिल्डिंग का किराया
- (2) होटल में टूर संचालक द्वारा किए गए रिजर्वेशन की लागत
- (3) कर्मचारी का वेतन
- (4) विद्युत प्रभार

27. एयर इंडिया की in-flight मैगजीन यह संदेश देती है कि किसी एयरक्राफ्ट में कुछ सीटें खाली क्यों हैं। इसका संबंध है :

- (1) विज्ञापन से
- (2) वैयक्तिक विक्रय से
- (3) जनसंपर्क से
- (4) विक्रय संवर्धन से

28. पर्यटन विपणन मिश्रण के 4 P's में से एक Place है। यहाँ 'Place' से तात्पर्य है :
- (1) वह स्थान जहाँ से पर्यटक निकलता है।
 - (2) वह स्थान जहाँ पर्यटक घूमता है।
 - (3) वह स्थान जहाँ पर्यटन गतिविधि होती है।
 - (4) वितरण माध्यम अथवा साधन जिसके द्वारा पर्यटन सप्लायर प्रभावी पर्यटक तक पहुँच बनाता है।
29. चैनलों तथा मध्यस्थों का चयन निम्नलिखित में से किस कारक पर निर्भर नहीं करता है ?
- (1) अंतिम प्रयोगकर्ता तक पहुँच
 - (2) गंतव्य स्थल पर सुख-सुविधाएँ
 - (3) सर्वाधिक उपयुक्त मध्यस्थ चुनना
 - (4) मनवाँछित भौगोलिक कवरेज
30. परिसरीय (बाह्य) भौतिक साक्ष्य का एक उदाहरण है।
- (1) रेलवे टिकट
 - (2) ट्रेवल एजेंट का दफ्तर
 - (3) टूरिस्ट कोच
 - (4) पर्यटक सूचना केंद्र
31. FAM टूर का तात्पर्य है :
- (1) पारिवारिक टूर
 - (2) मौज-मस्ती टूर
 - (3) नाते-रिश्तेदारी टूर
 - (4) मनोरंजन टूर

32. निम्नलिखित में से कौन-सा FAM टूर का उद्देश्य नहीं है ?

- (1) गंतव्य संवर्धन व इमेज बनाना
- (2) मूल्य-निर्धारण उद्देश्यों की सेटिंग करना
- (3) नए उत्पादों से परिचित कराना
- (4) घटनाओं का प्रचार करना

33. बढ़ते पर्यटक मौसम के दौरान एक प्रमुख समस्या है।

- (1) पर्यटन इकाइयों का बंद होना
- (2) पर्यटन इकाइयों का उच्च रख-रखाव
- (3) आवश्यक सप्लाई में कमी
- (4) घटता लाभ

34. व्यापार मेलों/ट्रेवल मार्ट प्रतिक्रियाओं में निम्नलिखित में से एक मानक एजेंडा नहीं है ?

- (1) कमीशन निश्चित हैं
- (2) व्यवसाय का आकार वार्तालाप द्वारा निश्चित किया गया है
- (3) निर्माता नए खरीदारों से मिलते हैं
- (4) सामान्य जनभागीदारी पर बल दिया जाता है

35. विश्व यात्रा बाजार (WTM) का कार्यस्थान किस शहर में है ?

- (1) पेरिस (2) लंदन
(3) न्यूयॉर्क (4) दिल्ली

36. पर्यटन प्रमोशन में ध्यान में रखे जाने वाले मुद्दे (सर्वाधिक उचित विकल्प कौन-सा है ?)

- (1) निगेटिव इमेज व विपरीत प्रचार को रोकना
(2) उत्पाद विभिन्नीकरण व गंतव्य स्थल पोजीशनिंग
(3) स्थानीय निकायों की भूमिका
(4) उपर्युक्त सभी

37. जब सांस्कृतिक घटनाओं का मूल्यन टूरिस्ट डॉलर कमाने हेतु किया जाता है, तो :

- (1) वे समुदाय व इसकी सांस्कृतिक आवश्यकताओं हेतु अधिक सार्थक हो जाती हैं।
(2) वे समुदाय व इसकी सांस्कृतिक आवश्यकताओं से और दूर कर दी जाती हैं।
(3) उनका समुदाय व इसकी सांस्कृतिक आवश्यकताओं पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता।
(4) उनकी सभी द्वारा प्रशंसा की जाती है।

38. 'Olympics' को Events की किस कैटेगरी में रखा जाता है ?

- (1) राजनीतिक इवेंट्स (2) सांस्कृतिक इवेंट्स
(3) हॉलमार्क इवेंट्स (4) लघु इवेंट्स

39. भारत को एक के रूप में सबसे अच्छी तरह विपणित (marketed) किया जा सकता है।

- (1) साहसिक पर्यटन स्थल (2) शैक्षिक पर्यटन स्थल
(3) सांस्कृतिक पर्यटन स्थल (4) खेल पर्यटन स्थल

40. गणेश चतुर्थी में बाँटने के लिए महाराष्ट्र का प्रसिद्ध प्रसाद है :

- (1) मोदक (2) हलवा
(3) जलेबी (4) लड्डू

41. Accommodation Marketing किस श्रेणी में आती है ?

- (1) वस्तुओं की मार्केटिंग (2) सेवाओं की मार्केटिंग
(3) वस्तुओं/सेवाओं की मार्केटिंग (4) इनमें से कोई नहीं

42. अत्यधिक माँग से क्या तात्पर्य है ?

- (1) जब लक्ष्य उपभोक्ता नए उत्पाद के प्रति उदासीन होते हैं।
- (2) जब उपभोक्ताओं की एक बड़ी संख्या किसी वस्तु के प्रति तीव्र इच्छा दिखाती है जो वर्तमान उत्पाद के द्वारा पूरी नहीं हो सकती।
- (3) जब माँग स्तर, जो किसी कंपनी द्वारा हैंडिल किया जा सकता है, से ऊँचा हो।
- (4) जब माँग में विभिन्नता हो।

43. सही संयोग चुनिए :

- (1) कोई माँग नहीं—उत्तेजनाकारी मार्केटिंग
- (2) गुप्त माँग—डीमार्किंग
- (3) संपूर्ण माँग—उत्तेजनाकारी माँग
- (4) संपूर्ण माँग—विकासकारी मार्केटिंग

44. औपचारिक (सुव्यवस्थित) क्षेत्र निवास का उदाहरण है।

- (1) डाक बैंगले
- (2) युवा होस्टल
- (3) व्यावसायिक होटल
- (4) गेस्ट हाउस

45. मोटल्स प्रायः स्थित होते हैं :

- (1) राजमार्गों के किनारे
- (2) बीच शहर में
- (3) व्यापारिक केंद्रों में
- (4) आवासीय क्षेत्रों में

46. सहशासित प्रदेश की मूल विशेषताएँ से संबंधित हैं।
- (1) रहने के स्थान तथा सामान्य सुविधाओं का अनन्य मालिकाना हक
 - (2) सामान्य सुविधाओं के संयुक्त मालिकाना हक के साथ रहने के स्थान का निजी स्वामित्व
 - (3) व्यावसायिक होटलों में बुक किए गए कमरे
 - (4) बिस्तर व नाश्ता व्यवस्थापन
47. पर्यटन उत्पाद/सेवा की प्रकृति किसी आवश्यकता के विभिन्न तत्त्वों के उत्पाद व सेवाओं का संयुक्त प्रवर्धन करती है।
- (1) अंतःनिर्भर
 - (2) अकेले डटे रहने की
 - (3) अमूर्त
 - (4) शीघ्र नाशवान
48. गलत कथन को चिह्नित कीजिए :
- (1) कुछ टूर ऑपरेटर व्यावसायिक लिंक स्थापित करने हेतु विक्रय प्रतिनिधि नियुक्त करते हैं।
 - (2) एक टूर ऑपरेटर को अपने वितरण माध्यमों को सावधानी से चलाना पड़ता है।
 - (3) टूर संचालक अपने व्यवसाय हेतु अनन्य रूप से व्यक्तिगत पर्यटक पर भरोसा करते हैं।
 - (4) टूर संचालकों को SWOT विश्लेषण की तरफ जाने की आवश्यकता होती है।

49. निम्नलिखित में से कौन-सा दूर संचालन व्यवसाय पर प्रभाव डालने वाला बाह्य बल नहीं है ?

- (1) मुद्राओं में उतार-चढ़ाव
- (2) एयरलाइन हड़तालें
- (3) कानून-व्यवस्था की स्थिति
- (4) कार्यरत कर्मचारियों का सक्षमता स्तर

50. एक कारक है जो पर्यटकों के उद्देश्यों पर आधारित बाजार विभक्तीकरण में प्रयुक्त होता है।

- (1) आय
- (2) परिवार का आकार
- (3) सांस्कृतिक आकर्षणों को प्राथमिकता देना
- (4) यात्रा का साधन