

TOURISM STUDIES
(DTS, BTS, BHM, MTM/MTTM-II)

Term-End Examination

December, 2024

TS-6 : 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 tourism marketing and how is it different from the marketing of other physical products ? Explain how mass marketing is different from product differentiated marketing and target marketing. 20

2. Define marketing research. Explain its purpose, importance and scope in tourism operations. 20
3. Give an account of the International tourism market and Domestic tourism market of India. 20
4. Compare and contrast the role of National Tourist Organisation and the role of Local Bodies in the marketing of India as a tourism destination. 20
5. Explain how User Status, Usage Rate, Loyalty Status, Buyer-Readiness Stage and Attitudes are factors in developing marketing strategies. 20
6. What role do NGOs play in a developing and vast country like India ? Discuss with suitable examples NGOs intervention in tourism. 20

7. Explain the relationship between seasonal variation and tourism. Choose any state in India and suggest steps how that state can be marketed during its peak and lean tourist season respectively. 20
8. What are the challenges faced in accommodation marketing ? Discuss various levels of demand the hoteliers have to deal with. Suggest marketing strategies that can be adopted for each level of demand. 20
9. Discuss the relevance of trade fairs and travel marts in tourism promotion in context to India. 20
10. Write short notes on the following in about 150 words each : 4×5=20
- (i) Discounting tactics in tourism pricing

- (ii) Specific features of airline marketing
- (iii) Characteristics of Process (as an element of the 5th P)
- (iv) Briefly explain any *two* pricing strategies.

TS-6

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

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2024

टी.एस.-6 : 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।

- पर्यटन विपणन क्या है और यह अन्य भौतिक उत्पादों के विपणन से किस प्रकार भिन्न है ? बताइए कि समूह विपणन, उत्पाद वैभिन्य वितरण और लक्षित वितरण से किस प्रकार भिन्न है।

20

2. विपणन अनुसंधान को परिभाषित कीजिए। पर्यटन क्रियाओं में इसके उद्देश्य, महत्व और क्षेत्र को स्पष्ट कीजिए। 20
3. अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटन बाजार और भारत के घरेलू पर्यटन बाजार का लेखा-जोखा प्रस्तुत कीजिए। 20
4. भारत का एक पर्यटन गंतव्य के रूप में विपणन (मार्केटिंग) करने हेतु नेशनल टूरिस्ट ऑर्गेनाइजेशन की भूमिका तथा स्थानीय निकायों की भूमिका की तुलना कीजिए और अन्तर बताइए। 20
5. बताइए कि किस प्रकार विपणन रणनीतियों को विकसित करने में उपभोक्ता का स्टेटस (सामाजिक स्थिति), उपभोग दर, लॉयल्टी स्टेटस (वफादारी स्थिति), क्रेता तत्परता चरण तथा अभिरुचियाँ, निर्धारक तत्व होते हैं। 20
6. एक विकासशील तथा बड़े देश जैसे भारत में, एन. जी. ओ. क्या भूमिका निभाते हैं ? पर्यटन में एन. जी. ओ. की संलिप्तता पर उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से चर्चा कीजिए। 20

7. मौसमी विभिन्नता और पर्यटन में सम्बन्ध बताइए। भारत में किसी एक राज्य का चुनाव कीजिए और उन उपायों के बारे में बताइए जिनसे वह राज्य अपने 'पीक' (चरम) तथा 'लीन' 'क्षीण' सीजन में अपने पर्यटन का विपणन कर सकता है। 20
8. आवास विपणन में कौन-सी चुनौतियाँ आती हैं ? माँग के विभिन्न स्तरों पर चर्चा कीजिए जिनसे एक होटल स्वामी को निपटना पड़ता है। उन विपणन रणनीतियों का झुकाव दीजिए जिन्हें प्रत्येक स्तर की माँग हेतु अपनाया जा सकता है। 20
9. भारत के सन्दर्भ में पर्यटन संवर्धन/प्रचार में व्यापार मेलों तथा ट्रेवल मार्ट की प्रासंगिकता पर चर्चा कीजिए। 20
10. निम्नलिखित में से प्रत्येक पर लगभग 150 शब्दों में संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 4×5=20
- (i) पर्यटन कीमत निर्धारण में छूट देने की रणनीतियाँ

- (ii) एयरलाइन विपणन की विशेष प्रवृत्तियाँ
- (iii) प्रक्रिया (5वीं P के तत्व के रूप में) की विशेषताएँ
- (iv) किन्हीं दत्त कीमत-निर्धारण रणनीतियों की संक्षिप्त व्याख्या कीजिए।

× × × × × × ×