

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

**(BAVTM)**

**Term-End Examination**

**December, 2025**

**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. Define Marketing. Explain the six marketing philosophies and their influence on a firm's marketing policies. 20
2. Define Marketing Research. Explain the steps of Research Design in brief. 20

3. What do you understand by Target Marketing ? What is the process of Target Marketing ? 20
4. What are the levels of Tourism Products ? How will you design a tourism product ? 20
5. Write short notes on the following :  $4 \times 5 = 20$ 
  - (a) Market segment
  - (b) Mobile marketing
  - (c) Marketing Information System (MIS)
  - (d) Characteristics of a brand
6. Describe the different methods of pricing commonly used in tourism industry. 20
7. Define personal selling. Discuss the process of personal selling with examples from tourism industry. 20
8. What can be the physical evidences in tourism and hospitality industry ? What are the important elements of servicescape model ? 20

[ 3 ]

BTMC-136

9. Discuss the different levels of tourism destination planning with examples. 20

10. Write notes on any *two* of the following :

2×10=20

- (a) Collaborative Marketing Approach
- (b) Promotion Mix
- (c) e-Commerce and Tourism

**BTMC-136**

बी. ए. (व्यावसायिक अध्ययन) पर्यटन प्रबंधन

(बी. ए. वी. टी. एम.)

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2025

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. विपणन को परिभाषित कीजिए। एक फर्म की विपणन नीतियों पर उनके प्रभाव को बताते हुए छः विपणन दर्शनों की विवेचना कीजिए। 20

2. विपणन अनुसंधान को परिभाषित कीजिए। अनुसंधान अभिकल्प के चरणों की संक्षेप में विवेचना कीजिए। 20
3. लक्षित विपणन से आप क्या समझते हैं ? लक्षित विपणन की क्या प्रक्रिया है ? 20
4. पर्यटन उत्पादों के क्या स्तर हैं ? एक पर्यटन उत्पाद को आप कैसे डिजाइन करेंगे ? 20
5. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :  $4 \times 5 = 20$ 
  - (अ) बाजार विभाजन
  - (ब) गतिमान विपणन
  - (स) विपणन सूचना प्रणाली
  - (द) एक ब्राण्ड की विशेषताएँ
6. पर्यटन उद्योग में सामान्यतः उपयोग किए जाने वाली कीमत निर्धारण की विभिन्न विधियों का वर्णन कीजिए। 20
7. व्यक्तिगत विक्रय को परिभाषित कीजिए। पर्यटन उद्योग से उदाहरण देते हुए व्यक्तिगत विक्रय की प्रक्रिया का वर्णन कीजिए। 20

8. पर्यटन तथा आतिथ्य उद्योग में भौतिक साक्ष्य क्या हो सकते हैं ? सर्विसस्केप मॉडल के महत्वपूर्ण तत्त्व क्या हैं ? 20
9. उदाहरणों की सहायता से पर्यटन गन्तव्य नियोजन के विभिन्न स्तरों का वर्णन कीजिए। 20
10. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर टिप्पणियाँ लिखिए :

2×10=20

(अ) सहयोगात्मक विपणन दृष्टिकोण

(ब) प्रचार मिश्र

(स) ई-कॉमर्स तथा पर्यटन

× × × × ×