

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

**Term-End Examination
June, 2026**

BTMC-136 : 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 marketing. Discuss the nature and importance of marketing with the help of examples. 20
2. What do you understand by Service ? How do we classify services ? 20

3. What are the approaches used for Target Marketing ? Explain with examples from the tourism sector. 20
4. Explain the levels of tourism product. Also explain with examples the process of designing a tourism product. 20
5. Differentiate between the following :
5×4= 20
- (i) Marketing and Selling Concept
 - (ii) Warranty and Guarantee
 - (iii) Product and Service
 - (iv) Advertisement and Publicity
 - (v) Product Diversification and Product Differentiation
6. Discuss the factors that influence the pricing of a Tourism Product. Give examples. 20
7. Define Packaging. Discuss the importance of Packaging in Tourism. 20

8. Describe the role of social media as a marketing tool for Tourism. Support your answer with suitable examples. 20
9. What is the benefit of Destination Marketing ? Explain the role of Destination Marketing Organisations. 20
10. Write short notes on any *two* of the following :
2×10=20
- (a) Research Design
 - (b) Market Segmentation in Tourism
 - (c) Servicescape Model

BTMC-136**बी. ए. (व्यावसायिक अध्ययन) पर्यटन प्रबंधन****(बी. ए. वी. टी. एम.)****सत्रांत परीक्षा****जून, 2026****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। उदाहरणों की सहायता से विपणन की प्रकृति तथा महत्व की विवेचना कीजिए। 20
 2. सेवा से आप क्या समझते हैं ? हम सेवाओं को कैसे वर्गीकृत कर सकते हैं ? 20
 3. लक्षित विपणन के लिए प्रयुक्त होने वाले उपागम क्या हैं ? पर्यटन क्षेत्र से उदाहरणों की सहायता से विवेचना कीजिए।

20

4. पर्यटन उत्पाद के स्तरों की विवेचना कीजिए। एक पर्यटन उत्पाद को डिजाइन करने की प्रक्रिया की उदाहरण सहित विवेचना कीजिए। 20
5. निम्नलिखित के बीच अंतर कीजिए : $5 \times 4 = 20$
- (i) विपणन तथा विक्रय अवधारणा
 - (ii) वॉरन्टी तथा गारंटी
 - (iii) उत्पाद तथा सेवा
 - (vi) विज्ञापन तथा प्रचार
 - (v) उत्पाद विभिन्नता तथा उत्पाद विभेदीकरण
6. एक पर्यटन उत्पाद की कीमत-निर्धारण को प्रभावित करने वाले तत्वों की विवेचना कीजिए। उदाहरण दीजिए। 20
7. पैकेजिंग को परिभाषित कीजिए। पर्यटन में पैकेजिंग के महत्व की विवेचना कीजिए। 20
8. पर्यटन हेतु एक बाजार उपकरण के रूप में सोशल मीडिया की भूमिका का वर्णन कीजिए। 20
9. गंतव्य विपणन के क्या लाभ हैं ? गंतव्य विपणन संगठनों की भूमिका की विवेचना कीजिए। 20

10. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

2×10=20

(अ) अनुसंधान डिजाइन

(ब) पर्यटन में बाजार खंडीकरण

(स) सर्विसस्केप मॉडल

× × × × ×