

14/12/2018(M)

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 1206

I

Unique Paper Code : 22411501

Name of the Paper : Principles of Marketing

Name of the Course : B.Com. (H) (CBCS)

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt **all** questions.
3. **All** parts of a question must be attempted together.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्न कीजिये।
3. प्रश्न के सभी भागों का उत्तर एक साथ कीजिये।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

P.T.O.

1. (a) What do you understand by marketing? Discuss the marketing concepts that have guided the marketing decisions. (8)
- (b) Why does a marketing manager need to understand marketing environment? What are the main elements of the macro-environment affecting marketing decision? Explain briefly. (7)

OR

- (a) Explain the concept of marketing mix. As a marketing manager of airlines company how would you plan the marketing mix? (8)
- (b) Why is marketing so important in today's world to the business firms and to the society? Elaborate. (7)

- (क) विपणन से आप क्या समझते हैं ? विपणन संबंधी निर्णयों को दिशा देने वाली विपणन संकल्पनाओं की विवेचना कीजिए ।
- (ख) विपणन प्रबंधक के लिए विपणन पर्यावरण की जानकारी क्यों आवश्यक होती है ? विपणन निर्णय को प्रभावित करने वाले बृहदपर्यावरण के मुख्य तत्व कौनसे हैं ? संक्षेप में व्याख्या कीजिए ।

अथवा

- (क) विपणन मिश्र की संकल्पना की व्याख्या कीजिए । एयरलाइन कंपनी के विपणन प्रबंधक के रूप में विपणन मिश्र का आयोजन आप कैसे करेंगे ?
- (ख) वर्तमान विश्व में व्यावसायिक फर्मों और समाज के लिए विपणन क्यों महत्त्वपूर्ण है ? व्याख्या कीजिए ।
2. (a) What are the essentials for an effective segmentation? Explain geographic and psychographic bases of segmenting the market. (8)
- (b) Does the consumer go through a definitive decision process while buying a laptop? Give reasons. Also discuss the various stages of consumer buying decision process. (7)

OR

- (a) How does the selection of target market and product positioning assist the marketing manager in making prudent decisions? (8)
- (b) Why is there a need to study consumer behaviour? What are the personal and psychological factors which affect consumer behaviour? (7)

- (क) प्रभावी खंडीकरण के अनिवार्य तत्व कौन से हैं ? बाज़ार के खंडीकरण के भौगोलिक और मनोवृत्तपरक आधारों की व्याख्या कीजिए ।
- (ख) क्या ग्राहक को लैपटॉप खरीदते समय निश्चयांक निर्णय प्रक्रिया से गुजरना पड़ता है ? कारण दीजिए । साथ ही उपयोक्ता की मुख्य निर्णय प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाओं की भी विवेचना कीजिए ।

अथवा

- (क) लक्ष्य बाजार चुनना और उत्पाद का स्थान तय करना किस प्रकार विवेकसहित निर्णय लेने में विपणन प्रबंधक की मदद करता है ?
- (ख) उपभोक्ता व्यवहार का अध्ययन करने की आवश्यकता क्यों है ? उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले व्यक्तिगत और मनोवैज्ञानिक कारक कौन से हैं ?

3. (a) Define product. Explain the classification of products with examples. (8)
- (b) What do you understand by Pricing? Explain cost-based and demand-based pricing. (7)

OR

- (a) "The market today requires setting a systematic new-product development process". Discuss. (8)
- (b) Discuss various factors that a consumer-goods marketing firm needs to consider while setting the price. (7)
- (क) उत्पाद की परिभाषा दीजिए । उदाहरण देते हुए उत्पादों के वर्गीकरण की व्याख्या कीजिए ।
- (ख) कीमत-निर्धारण से आप क्या समझते हैं ? लागत आधारित और माँग आधारित कीमत निर्धारण की व्याख्या कीजिए ।

अथवा

- (क) बाजार को आज व्यवस्थित नव-उत्पाद विकास प्रक्रिया को स्थापित करने की आवश्यकता है । विवेचन कीजिए ।
- (ख) कीमत तय करते समय उपभोक्ता-वस्तुओं का विपणन करने वाली फर्म को जिन विभिन्न कारकों पर विचार करना पड़ता है उनकी विवेचना कीजिए ।

4. (a) Explain the importance of channels of distribution in marketing of products. What factors affect the choice of channel of distribution? (8)

(b) What is a promotion mix? What promotion mix would you suggest for the following products? (7)

(i) Smart-Phones

(ii) Water purifier

OR

(a) "Store-based retailing has assumed considerable influence in modern-day marketing." Discuss the above statement with reference to various types of store-based retailers. (8)

(b) What are the challenges faced by the marketer while marketing goods and services in rural markets? Give suggestions to overcome these challenges. (7)

(क) उत्पादों के विपणन में वितरण की सरणियों का महत्त्व समझाइए। वितरण सरणि के चयन को कौन से कारक प्रभावित करते हैं ?

(ख) संवर्धन मिश्र क्या होता है ? निम्नलिखित उत्पादों के लिए आप किस संवर्धन मिश्र का सुझाव देंगे :

(i) स्मार्ट फोन

(ii) वाटर-प्यूरीफायर

अथवा

(क) "स्टोर आधारित खुदरा व्यापार ने आधुनिक विपणन में काफी प्रभाव प्राप्त कर लिया है।" विभिन्न प्रकार के स्टोर-आधारित खुदरा बिक्रेताओं के संदर्भ में उपर्युक्त कथन की विवेचना कीजिए।

(ख) ग्रामीण बाजारों में वस्तुओं और सेवाओं का विपणन करते समय विपणनकर्ता को किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है ?

5. Attempt any **three** of the following : (5,5,5)

(i) Integrated marketing communication

(ii) Marketing of Services

(iii) Online marketing

(iv). Market skimming pricing and penetration pricing

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन को कीजिए :

(i) संयोजित विपणन संचार

(ii) सेवाओं का विपणन

(iii) ऑनलाइन विपणन

(iv) बाजार स्किमिंग कीमत निर्धारण और गहन कीमत निर्धारण