

[This question paper contains 8 printed pages.]

**Your Roll No.....**

**Sr. No. of Question Paper : 876 I**

Unique Paper Code : 2412092303

Name of the Paper : Principles of Marketing

Name of the Course : **B.Com. (P)**

Semester : **III – UGCF – DSC**

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 90

**Instructions for Candidates**

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt **all** question, all questions are compulsory.
3. **All** questions carry equal marks.
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 ।

P.T.O.

2. सभी प्रश्न कीजिए, सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) Explain the marketing mix for services. How do the additional Ps play a unique role in service industries like healthcare and hospitality? (3+6)
- (b) What do you mean by marketing environment? Explain the various forces that influence the marketing environment? (2+7)

**OR**

- (c) Compare and Contrast Skimming Pricing and Penetration Pricing. Provide examples of products or companies that use these strategies. (9)
- (d) How does the Societal Marketing Concept differ from the Marketing Concept? Provide examples. (9)
2. (a) Why is it important for businesses to study consumer behaviour? How does information search and evaluation of alternatives stages influence the final purchase decision? (4+5)

- (b) Explain the concept of product positioning and its role in distinguishing a product from its competitors. Provide examples of successful product positioning. (9)

**OR**

- (c) Discuss the concept of market segmentation and explain how it helps companies in targeting specific customer groups effectively. (3+6)
- (d) What are the primary factors that influence consumer buying behaviour? Briefly describe each factor. (9)

3. (a) What is meant by 'Product Mix'? Explain its dimensions with suitable examples. (2+7)
- (b) Explain the concept of inventory management in distribution logistics. (9)

**OR**

- (c) Explain the functions of packaging and labelling in the context of product marketing. (9)
- (d) Explain the stages involved in the New Product Development Process. (9)

4. (a) What do you mean by pricing? What are the main factors that influence the pricing of a product? (2+7)
- (b) Suppose you are a marketing manager of a company that produces eco-friendly products. How would you implement sustainable marketing strategies to appeal to environmentally conscious consumers? Provide examples. (9)

OR

Discuss the different levels of distribution channels. How do intermediaries (wholesalers, retailers) contribute to the distribution process? Explain the different functions performed by the wholesaler.

(4+6+8)

5. Write short note on **any four** of the following :

(4×4.5=18)

- (a) Integrated Marketing Communication
- (b) Digital Marketing
- (c) Non-store-based Retailing
- (d) Selective Distribution
- (e) Significance of Rural Marketing in India

1. (क) सेवाओं के लिए विपणन मिश्रण की व्याख्या कीजिए। स्वास्थ्य सेवा और आतिथ्य जैसे सेवा उद्योगों में अतिरिक्त  $P_s$  किस प्रकार एक अद्वितीय भूमिका निभाते हैं? (3+6)
- (ख) विपणन वातावरण से आपका क्या अभिप्राय है? विपणन वातावरण को प्रभावित करने वाली विभिन्न शक्तियों की व्याख्या कीजिए? (2+7)

या

- (ग) स्किमिंग मूल्य निर्धारण और प्रवेश मूल्य निर्धारण की तुलना कीजिए। इन रणनीतियों का उपयोग करने वाले उत्पादों या कंपनियों के उदाहरण प्रदान कीजिए। (9)
- (घ) सामाजिक विपणन अवधारणा विपणन अवधारणा से किस प्रकार भिन्न है? उदाहरण प्रदान कीजिए। (9)
- (क) व्यवसायों के लिए उपभोक्ता व्यवहार का अध्ययन करना क्यों महत्वपूर्ण है? सूचना खोज और वैकल्पिक चरणों का मूल्यांकन अंतिम खरीद निर्णय को किस प्रकार प्रभावित करता है? (4+5)