

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 3008

G

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** 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 प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
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) Examine the significance of marketing in the process of persuading and acquiring new customers. Provide an example of a corporation that achieved substantial expansion because of effective customer acquisition strategies? (8)
- (b) Discuss the way political and legal alterations at a domestic or global scale can impact marketing decisions. Illustrate a case when a corporation successfully manages legal obstacles or exploits fresh legislation. (7)

Or

- (a) Examine the influence of technology advancement on marketing tactics. Provide an instance of a corporation that utilized nascent technologies to revolutionize its marketing strategy. (8)

- (b) How can marketing give a business an edge over its competitors? Describe a company that used marketing tactics to set itself apart from competitors that worked well. (7)
2. (a) In what ways can age, gender, and income, among other demographics, be used to segment a market? Give an example of a product that successfully appeals to a certain group of people. (8)
- (b) What strategies can a corporation employ to effectively handle its product mix as it progresses through various stages of the product life cycle? (7)

OR

- (a) What roles do psychographic factors, such as attitude and way of life, play in market segmentation? Give an example of a brand that targets a certain psychographic type. (8)
- (b) Discuss the increasing relevance of environmentally friendly and sustainable products in product mix. (7)

3. (a) Explain how fluctuations in market demand affect price decisions. Give an example of a corporation that employs dynamic pricing depending on demand changes. (8)
- (b) What is the impact of discounts and sales promotions on consumer behaviour and sales growth? Provide an instance of a corporation that successfully executed a discount or promotion strategy to stimulate sales? (7)

Or

- (a) Analyse the influence of arranging promotional events on the visibility of a business and the level of engagement with customers. Provide an instance of a corporation that executed a successful promotional event. (8)
- (b) Explain how the brand image and positioning of a company influence pricing decisions. (7)
4. (a) Discuss the benefits and drawbacks of using wholesale distribution channels. Give an example of a business that relies on wholesalers to reach out to retailers. (8)

- (b) Discuss the opportunities and problems of retailing in rural India. (7)

Or

- (a) What impact has the rise of e-commerce had on distribution strategies? Give an example of a corporation that relies heavily on internet distribution channels. (8)
- (b) Explain the franchise retailing concept in the Indian market. (7)

5. Explain any of the two : (7.5+7.5)

- (a) Services marketing mix
- (b) Social marketing with example
- (c) Sustainable marketing challenges
- (d) Social and cultural factors affecting consumer buying decisions

1. (क) नए ग्राहकों को मनाने और प्राप्त करने की प्रक्रिया में विपणन के महत्व की विवेचना कीजिए। ऐसे निगम का एक उदाहरण प्रदान करें जिसने प्रभावी ग्राहक अधिग्रहण रणनीतियों के कारण पर्याप्त विस्तार हासिल किया? (8)

(ख) यह चर्चा कीजिए कि घरेलू या वैश्विक स्तर पर राजनीतिक और कानूनी परिवर्तन किस प्रकार विपणन निर्णयों को प्रभावित कर सकते हैं। ऐसे मामले का वर्णन करें जब कोई निगम कानूनी बाधाओं का सफलतापूर्वक प्रबंधन करता है या नए कानून का फायदा उठाता है। (7)

या

(क) विपणन रणनीति पर प्रौद्योगिकी उन्नति के प्रभाव की विवेचना करें। एक ऐसे निगम का उदाहरण प्रदान करें जिसने अपनी मार्केटिंग रणनीति में क्रांति लाने के लिए नई प्रौद्योगिकियों का उपयोग किया। (8)

(ख) मार्केटिंग किसी व्यवसाय को उसके प्रतिस्पर्धियों पर कैसे बढ़त दिला सकती है? एक ऐसी कंपनी का वर्णन करें जिसने खुद को अच्छा काम करने वाले प्रतिस्पर्धियों से अलग करने के लिए मार्केटिंग रणनीति का इस्तेमाल किया। (7)

2. (क) अन्य जनसांख्यिकी के अलावा उम्र, लिंग और आय का उपयोग किस तरह से बाजार को विभाजित करने के लिए किया जा सकता है? किसी ऐसे उत्पाद का उदाहरण दीजिए जो लोगों के एक निश्चित समूह को सफलतापूर्वक आकर्षित करता हो। (8)

(ख) उत्पाद जीवन चक्र के विभिन्न चरणों के माध्यम से आगे बढ़ने पर एक निगम अपने उत्पाद मिश्रण को प्रभावी ढंग से संभालने के लिए कौन सी रणनीतियाँ अपना सकता है? (7)

या

(क) बाजार विभाजन में दृष्टिकोण और जीवन शैली जैसे मनोवैज्ञानिक कारक क्या भूमिका निभाते हैं? किसी ऐसे ब्रांड का उदाहरण दीजिए जो एक निश्चित मनोवैज्ञानिक प्रकार को लक्षित करता है। (8)

(ख) उत्पाद मिश्रण में पर्यावरण के अनुकूल और टिकाऊ उत्पादों की बढ़ती प्रासंगिकता पर चर्चा करें। (7)

3. (क) यह बताएं कि बाजार की मांग में उतार-चढ़ाव मूल्य निर्णयों को कैसे प्रभावित करते हैं। एक ऐसे निगम का उदाहरण दीजिए जो मांग में बदलाव के आधार पर गतिशील मूल्य निर्धारण लागू करता है। (8)

(ख) उपभोक्ता व्यवहार और बिक्री वृद्धि पर छूट और बिक्री प्रोत्साहन का क्या प्रभाव पड़ता है? किसी ऐसे निगम का उदाहरण प्रदान करें जिसने बिक्री को प्रोत्साहित करने के लिए छूट या प्रचार रणनीति को सफलतापूर्वक क्रियान्वित किया हो? (7)

या

(क) किसी व्यवसाय की दृश्यता और ग्राहकों के साथ जुड़ाव के स्तर पर प्रचार कार्यक्रमों की व्यवस्था के प्रभाव का विश्लेषण करें। एक ऐसे निगम का उदाहरण प्रदान करें जिसने एक सफल प्रचार कार्यक्रम निष्पादित किया। (8)

(ख) यह बताएं कि किसी कंपनी की ब्रांड छवि और स्थिति मूल्य निर्धारण निर्णयों को कैसे प्रभावित करती है। (7)

4. (क) थोक वितरण चैनलों का उपयोग करने के लाभ और कमियों पर चर्चा करें। ऐसे व्यवसाय का उदाहरण दीजिए जो खुदरा विक्रेताओं तक पहुंचने के लिए थोक विक्रेताओं पर निर्भर है। (8)

(ख) ग्रामीण भारत में खुदरा बिक्री के अवसरों और समस्याओं पर चर्चा करें। (7)

या

(क) ई-कॉमर्स के उदय का वितरण रणनीतियों पर क्या प्रभाव पड़ा है? एक ऐसे निगम का उदाहरण दीजिए जो इंटरनेट वितरण चैनलों पर बहुत अधिक निर्भर है। (8)

(ख) भारतीय बाजार में फ्रैंचाइजी खुदरा बिक्री अवधारणा की व्याख्या करें। (7)

5. किन्हीं दो की व्याख्या कीजिए : (7.5 + 7.5)

(क) सेवा विपणन मिश्रण

(ख) उदाहरण सहित सामाजिक विपणन

(ग) सतत विपणन चुनौतियाँ

(घ) उपभोक्ता खरीद निर्णयों को प्रभावित करने वाले सामाजिक और सांस्कृतिक कारक