

question paper contains 6 printed pages.]

Your Roll No.....

No. of Question Paper : 7766

HC

que Paper Code : 22411501

ne of the Paper : Principles of Marketing

ne of the Course : B.Com. (H)

ester : V

ation : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.

Attempt all questions.

All parts of a question must be attempted together.

Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

के लिए निर्देश

इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए ।

सभी प्रश्न कीजिए ।

प्रश्न के सभी भाग एक साथ कीजिए ।

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) "Marketing is no more a function of marketing department only." Explain the statement and also discuss the nature and importance of marketing.
- (b) "To be successful a marketer needs to judiciously use all the elements of marketing?" Briefly explain the elements giving examples.

OR

- (a) Explain the evolution of marketing concepts.
- (b) Why is it necessary to understand the marketing environment? Explain the demographic and economic environmental factors that affect the marketing decisions.
- (क) "विपणन अब केवल विपणन विभाग का कार्य नहीं रहा है।" इसका अर्थ की व्याख्या कीजिए और विपणन के स्वरूप और महत्त्व की व्याख्या कीजिए।
- (ख) "सफल होने के लिए विपणकर्ता को विपणन के सभी तत्वों का विवेकसम्मत मिश्र करने की आवश्यकता है।" उदाहरण देकर इन तत्वों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

अथवा

- (क) विपणन संकल्पनाओं के विकास की व्याख्या कीजिए।

(ख) "विपणन पर्यावरण की जानकारी होना क्यों आवश्यक है।" विपणन संबंधी निर्णयों को प्रभावित करने वाले जनसांख्यिकीय और आर्थिक पर्यावरणीय कारकों की व्याख्या कीजिए।

(a) Explain the various stages in consumer buying process. Do consumers need to pass through all stages while buying all the products? Give reasons in support of your answer. (8)

(b) What is meant by product positioning? Briefly discuss the major bases of positioning a product. (7)

OR

(a) What is market segmentation? Suggest and explain suitable bases to segment market for the following products. (8)

(i) Car

(ii) Cosmetics

(b) Explain the cultural and social factors affecting consumer buying behaviour. (7)

(क) उपभोक्ता क्रय प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाओं की व्याख्या कीजिए। क्या उपभोक्ताओं को सभी उत्पादों की खरीद करते समय इन सभी अवस्थाओं से गुजरना आवश्यक है? अपने उत्तर के समर्थन में कारण प्रस्तुत कीजिए।

P.T.O.

(ख) उत्पाद स्थिति निर्धारण से आप क्या समझते हैं ? उत्पाद की स्थिति निर्धारण के प्रमुख आधारों की संक्षेप में विवेचना कीजिए ।

अथवा

(क) बाज़ार खंडीकरण क्या होता है ? निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाज़ार के खंडीकरण के उपयुक्त आधारों को सुझाइए और व्याख्या कीजिए ।

(i) कार

(ii) प्रसाधन वस्तुएँ

(ख) उपभोक्ता के क्रय व्यवहार को प्रभावित करने वाले सांस्कृतिक और सामाजिक कारकों की व्याख्या कीजिए ।

3. (a) Explain Product Life Cycle (PLC) with the help of a diagram. What strategies will a marketer use in the maturity stage of PLC of a product?

(b) Explain the following :

(i) Psychological Pricing

(ii) Discounts and Rebates

OR

(a) Explain the difference between individual branding and umbrella branding giving examples. Discuss the advantages and disadvantages.

(b) Differentiate between skimming-the-cream and penetration pricing. In which situations these are suitable?

(क) उत्पाद जीवन चक्र की व्याख्या (PLC) आरेख की मदद से कीजिए।
उत्पाद के PLC की परिपक्व अवस्था में विपणनकर्ता किन रणनीतियों
का प्रयोग करेगा ?

(ख) निम्नलिखित की व्याख्या कीजिए :

(i) मनोवैज्ञानिक कीमत निर्धारण

(ii) बट्टे और रियायतें

अथवा

(क) वैयक्तिक ब्रांडिंग और छतरी ब्रांडिंग में उदाहरण देते हुए अंतर की व्याख्या
कीजिए। इसके गुण और दोषों की चर्चा करें।

(ख) स्किमिंग-द-क्रीम और गहन कीमत निर्धारण में अंतर बताइए। किन
स्थितियों में ये सबसे अधिक उपयुक्त होते हैं ?

(a) Explain the communication process used in the promotion
of goods and services. (8)

(b) Briefly explain the various elements of distribution
logistics. (7)

OR

(a) Discuss the major types of non-store based retailing in
India giving examples. (8)

(b) Briefly explain the various promotional tools used by
the modern day marketer. (7)

P.T.O.

(क) वस्तुओं और सेवाओं के संवर्धन और में संचार प्रक्रिया के प्रयोग व्याख्या कीजिए।

(ख) वितरण तर्कगणित के विभिन्न तत्वों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

अथवा

(क) भारत में गैर-भंडार आधारित खुदरा व्यापार की प्रमुख विशेषताएँ उदाहरण देकर विवेचना कीजिए।

(ख) आधुनिक विपणनकर्ता द्वारा प्रयुक्त विभिन्न संवर्धनात्मक उपकरणों का संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

5. Write short notes on any **three** of the following :

(i) Direct Marketing

(ii) Green Marketing

(iii) Push and Pull strategies of Promotion

(iv) Functions of packaging and labelling

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(i) प्रत्यक्ष विपणन

(ii) हरित विपणन

(iii) संवर्धन की दाब-कर्षण रणनीतियाँ

(iv) पैकेजिंग और लेबलिंग कार्य