

This question paper contains 6 printed pages.

Your Roll No.

Sl. No. of Ques. Paper : 7032

Unique Paper Code : 52417502

Name of Paper : Principles of Marketing

Name of Course : B.Com. : DSE - 1

Semester : V

Duration : 3 hours

Maximum Marks : 75

J

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

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिये गये निर्धारित
स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिये।)

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

टिप्पणी:— इस प्रश्नपत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक
भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही
होना चाहिए।

Attempt all questions.
All questions carry equal marks.

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. (a) "Marketing is not merely selling." Examine the
statement and discuss the nature and scope of
marketing.

P. T. O.

“विपणन मात्र विक्रय करना नहीं है।” कथन का परीक्षण कीजिए तथा विपणन की प्रकृति और क्षेत्र का विवेचन कीजिए।

- (b) What do you mean by marketing mix? Explain the concept of extended marketing mix.

विपणन मिश्र से आप क्या समझते हैं? विस्तृत विपणन मिश्र की अवधारणा को समझाइए।

Or (अथवा)

- (a) “The present day marketing is customer-driven.” Comment. To what extent is this orientation followed by Indian companies?

“वर्तमान विपणन ग्राहक चालित है।” टिप्पणी कीजिए। भारतीय कम्पनियों द्वारा यह उन्मुखिकरण किस सीमा तक पालन किया जा रहा है?

- (b) Explain how changes in the demographic and economic environment affect marketing decisions.

समझाइए कि किस प्रकार जनसांख्यिकीय परिवर्तन तथा आर्थिक पर्यावरण विपणन निर्णयों को प्रभावित करते हैं।

2. (a) Explain the various stages in the consumer buying decision process. How can a marketing manager benefit from the study of consumer's post-purchase behaviour?

उपभोक्ता खरीद निर्णय प्रक्रिया में विभिन्न चरणों को समझाइए। एक विपणन प्रबन्धक को उपभोक्ताओं के

क्रय-पूर्व व्यवहार का अध्ययन किस प्रकार लाभ पहुँचा सकता है? 5,2

- (b) What is meant by segmentation? Suggest suitable bases, giving reasons, to segment market for the following products: (i) Car, (ii) Biscuits.

विभाजन से क्या आशय है? निम्न उत्पादों के बाजार विभाजन के लिए कारण देते हुए उचित आधारों का सुझाव दीजिए: (i) कार, (ii) बिस्कुट। 2,6

Or (अथवा)

- (a) Discuss the psychological factors affecting consumer behaviour. Use suitable examples.

उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले मनोवैज्ञानिक कारकों की विवेचना कीजिए। उचित उदाहरणों का प्रयोग कीजिए। 7

- (b) What is positioning? Explain some of the important bases of product positioning, giving suitable examples.

स्थिति-निर्धारण क्या है? उत्पाद स्थिति-निर्धारण के कुछ महत्वपूर्ण आधारों को उचित उदाहरण देकर समझाइए। 8

- (a) Explain the meaning and significance of online marketing.

ऑनलाइन विपणन का अर्थ तथा महत्व समझाइए। 7

- (b) Explain the term Advertising. Also elaborate its characteristics and objectives.

P. T. O.

विज्ञापन पद को समझाइए। इसकी विशेषताओं तथा उद्देश्यों का भी वर्णन कीजिए।

Or (अथवा)

(a) Write a detailed note on rural marketing in India.

भारत में ग्रामीण विपणन पर विस्तृत लेख लिखिए।

(b) How does sales promotion complement advertising and personal selling? Give suitable examples.

विक्रय संवर्द्धन विज्ञापन तथा वैयक्तिक विक्रय का कैसे अनुपूरण करता है? उचित उदाहरण दीजिए।

4. (a) Explain the process of new product development. Give examples.

नवीन उत्पाद विकास की प्रक्रिया को समझाइए। उदाहरण दीजिए।

(b) Describe the concept of product life cycle. Briefly discuss the appropriate strategies to be adopted at the introduction stage of PLC.

उत्पाद जीवन चक्र की संकल्पना का वर्णन कीजिए। उत्पाद जीवन चक्र (PLC) के प्रारम्भिक स्तर पर अपनाई जाने वाली उचित रणनीतियों की संक्षेप में विवेचना कीजिए।

Or (अथवा)

(a) Write a note on test marketing of a new product. Why do many new products launched in the market fail?

नये उत्पाद के विपणन परीक्षण पर एक लेख लिखिए।
बाजार में लाए गए कई नये उत्पाद क्यों विफल हो जाते हैं?

3,4

(b) What is a brand? Explain the significance of branding for marketers and consumers.

ब्राण्ड क्या है? विपणकों तथा उपभोक्ताओं के लिए ब्रांडिंग की महत्ता को समझाइए।

3,5

(a) "Pricing is an important element of marketing mix of a firm." Comment. Explain the various factors influencing the pricing decisions of a marketer.

"फर्म के विपणन मिश्र में मूल्यन एक महत्वपूर्ण घटक है।" टिप्पणी कीजिए। विपणनकर्ता के मूल्यन निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों को समझाइए।

2,5

(b) "The current retail scenario in India is undergoing a revolutionary change." Examine the statement giving two new forms of retailing in India.

"भारत में वर्तमान खुदरा परिदृश्य में क्रान्तिकारी परिवर्तन आ रहा है।" कथन का परीक्षण भारत में खुदरा व्यापार के नये रूपों को देते हुए कीजिए।

8

Or (अथवा)

(a) Write a note on 'skimming the market' strategy of pricing.

मूल्यन की 'बाजार स्किमिंग' रणनीति पर टिप्पणी लिखिए।

7

P. T. O.