

Unique Paper Code: 52417502

Name of the Paper: **Principles of Marketing**

Name of the Course: **B.Com CBCS**

Semester: **V**

Duration: **3 hours**

Maximum Marks: **75 Marks**

Attempt any four questions. All questions carry equal marks.

Q.1. A firm in the hospitality industry focuses on the traditional marketing mix and fails at the market place. State most probable reasons for its failure taking an appropriate example from any sector of your choice from the industry viz., hotels, travel and tourism, events and others

Q. 2. The marketing manager of a telecommunication company wants to scan the marketing environment. Explain the economic and technological environmental factors that will affect his marketing decisions.

Q. 3. Why is it important for marketers to study the behaviour of their customers? Discuss the psychology of the consumer while he/ she make a purchase decision for fashion clothing and accessories.

Q.4. A Furniture industrialist is a new player in the market. While deciding his pricing strategy, the manager wants to seek your recommendation about choosing between Penetrating pricing and Skimming pricing. Give your recommendations with reasoning.

Q.5. A marketing manager of a company has to formulate strategies to promote a new brand of mid-sized automobile. Discuss the blend of the various promotion mix elements under the Integrated Marketing Communication.

Q.6. Discuss the factors that influence a marketer's decision while choosing the logistics for the sale of fine crystals and imported cars.

यूनिट पेपर कोड : 52417502

पेपर का नाम : विपणन (मार्केटिंग) के सिद्धांत
(Principles of Marketing)

कोर्स का नाम : बी.कॉम (CBCS)

सेमेस्टर : V

समय : 3 घंटे

पूर्णांक : 75

निर्देश : किन्हीं चार प्रश्नों का जवाब दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक बराबर हैं।

प्र०(1) खातिरिय इद्योग (हॉस्पिटैलिटी इंडस्ट्री) की एक कंपनी परंपरागत विपणन मिश्रण (मार्केटिंग मिक्स) पर ध्यान केंद्रित करती है और ^{बजार में} असफल रहती है। अपनी पसंद के किसी क्षेत्र, मसलन, होटल, ट्रैवल एंड टूरिज्म (यात्रा एवं पर्यटन), इवेंट्स आदि में से कोई उपयुक्त उदाहरण लेते हुए इसकी असफलता का सबसे संभावित कारण बताइए।

प्र०(2) एक टेलीसंचार कंपनी का मार्केटिंग मैनेजर मार्केटिंग परिदृश्य का जांचना लेना चाहता है। आर्थिक और तकनीकी परिदृश्य के उन कारकों की व्याख्या कीजिए, जो उसके मार्केटिंग निर्णयों को प्रभावित करेंगे।

प्र०(3) मार्केटिंग वालों के लिए अपने उपभोक्ताओं के व्यवहार का अध्ययन करना क्यों महत्वपूर्ण है? फिशन परिधानों और एक्सेसरीज की खरीद का निर्णय करते वक्त उपभोक्ता के मनोविज्ञान की चर्चा कीजिए।

प्र०(4). एक फनीयर इद्योगपति बाजार में नया-नया आया है। मूल्य रणनीति (प्राइसिंग स्ट्रेटजी) के संबंध में निर्णय करते वक्त इसका मैनेजर ~~अच्छे~~ ^(बाजार प्रवेशक मूल्यनिर्धारण) मेवक मूल्यनिर्धारण (पेनेट्रेटिंग प्राइसिंग) और मलाई-उतार मूल्य निर्धारण (स्किमिंग प्राइसिंग) के बीच एक का चुनाव करने को लेकर आपसे सलाह लेना चाहता है तर्कों के साथ अपनी सलाह दीजिए।

प्र०(5) एक ^{कंपनी के} मार्केटिंग मैनेजर को एक मध्य आकार के ऑटोमोबाइल के एक नये ब्रांड के प्रोत्साहन की रणनीति बनानी है। एकीकृत विपणन संचार (इंटीग्रेटेड मार्केटिंग कम्युनिकेशन) के तहत विभिन्न प्रकार की प्रोत्साहन ^{के तत्वों के} रणनीतियों के मिश्रण की चर्चा कीजिए।

प्र० (6) परिष्कृत रवा (fine crystals) और आयातित कारों की लॉजिस्टिक्स का निर्णय करते वक्त विक्रेता (मार्केटर) के निर्णय को प्रभावित करने वाले कारकों की चर्चा कीजिए।