

This question paper contains 7 printed pages]

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 5740

Unique Paper Code : 241304

D

Name of the Paper : Principles of Marketing

Name of the Course : B.Com. (Hons.)

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

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

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

Attempt all questions.

All the parts of a question should be written together.

Marks are indicated against each question.

सभी प्रश्न कीजिए ।

प्रत्येक प्रश्न के सभी भागों को एक साथ लिखिए ।

अंक प्रत्येक प्रश्न के सामने दिये गये हैं ।

1. (a) Discuss the marketing management orientations or philosophies that have guided the marketing strategies over a period of time. 7

विपणन प्रबंधन अभिविन्यासों अथवा दर्शनों का विवेचन कीजिए जिन्होंने काफी समय से विपणन रणनीतियों को निर्देशित किया है ।

P.T.O.

- (b) What is Marketing Mix ? Explain the concept and scope of expanded marketing mix. 8

विपणन मिश्र क्या है ? विस्तारित विपणन मिश्र की संकल्पना और व्याप्ति को स्पष्ट कीजिए ।

Or

(अथवा)

- (a) Why should a marketer be sensitive to the environment under which he operates ? Explain how some recent changes in the economic environment had an impact on the marketing decisions of some companies. 7

जिस वातावरण में विपणनकर्ता कार्य करता है उसके प्रति उसे संवेदनशील क्यों होना चाहिए ? स्पष्ट कीजिए कि आर्थिक परिवेश में हाल में हुए परिवर्तनों का किस प्रकार कुछ कंपनियों के विपणन निश्चयों पर प्रभाव पड़ा है ।

- (b) Briefly explain the stages in the buying decision process. Do all consumers pass through all stages in buying, say a double-door refrigerator and toilet soap ? 8

क्रय निश्चय प्रक्रिया के चरणों को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए । क्या सभी उपभोक्ता क्रय करने में (मान लीजिए डबल डोर रेफ्रीजरेटर और टॉयलेट सोप क्रय) सभी चरणों से गुजरते हैं ?

2. (a) Distinguish between the concepts of market segmentation, targeting and positioning by taking suitable examples. 7

बाजार विखंडीकरण, बाजार लक्ष्यकरण और स्थितीकरण की संकल्पना में उपयुक्त उदाहरणों सहित विभेद कीजिए ।

- (b) What is meant by Product Life Cycle (PLC) ? What strategies may be adopted by a marketer to lengthen the period of maturity stage ? 8

उत्पाद जीवन चक्र से क्या अभिप्राय है ? पूर्णता चरण की अवधि को लंबा करने के लिए विपणनकर्ता द्वारा कौनसी रणनीतियाँ अपनाई जा सकती हैं ?

Or

(अथवा)

- (a) What is product mix ? Explain, with the help of suitable examples, width, length, depth and consistency of product mix. 7

उत्पाद मिश्र क्या है ? उत्पाद मिश्र की चौड़ाई, लंबाई, गहराई और संगतता को उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से स्पष्ट कीजिए ।

- (b) Distinguish between : 8
- (i) Differentiated (Segmented) Marketing and Concentrated (Niche) Marketing.
- (ii) Packaging and Labeling.

निम्नलिखित में विभेद कीजिए :

(i) विभेदित (विखंडीकृत) विपणन और संकेंद्रित (निर्दिष्ट स्थान) विपणन ।

(ii) पैकेजिंग और लेबल लगाना ।

3. (a) How does pricing policy of a product affect the other components of marketing mix of a firm ? Distinguish between cost-based pricing and value-based pricing. 7

उत्पाद की कीमत निर्धारण नीति किस प्रकार फर्म के विपणन मिश्र के अन्य घटकों को प्रभावित करती है ? लागत आधारित कीमत निर्धारण और मूल्य आधारित कीमत निर्धारण में विभेद कीजिए ।

(b) Differentiate between : 8

(i) Push and Pull Promotion Strategies

(ii) Advertising and Personal Selling.

निम्नलिखित में विभेद कीजिए :

(i) कर्षापकर्षण संवर्धन युक्तियाँ

(ii) विज्ञापन और व्यक्तिपरक विक्रय ।

Or

(अथवा)

- (a) Discuss the factors affecting pricing decisions of a product. 7

उत्पाद के कीमत निर्धारण निश्चयों को प्रभावित करने वाले कारकों का विवेचन कीजिए ।

- (b) 'Sales promotion acts as a bridge between advertising and personal selling.' Explain. Briefly discuss the benefits and limitations of sales promotion. 8

'विक्रय संवर्धन विज्ञापन और व्यक्तिपरक विक्रय में सेतु का कार्य करता है ।' स्पष्ट कीजिए । विक्रय संवर्धन के लाभों और सीमाओं का संक्षिप्त विवेचन कीजिए ।

4. (a) 'Despite its growing popularity, the organized retail in India has its own share of problems, whereas Kirana Stores (mom and pop stores) continue to offer many advantages.' Discuss. 7

'बढ़ती प्रसिद्धि के बावजूद भारत में संगठित खुदरा व्यापार की अपने हिस्से की समस्याएँ हैं जबकि किराना स्टोर (mom and pop stores) कई लाभ प्रदान करते जा रहे हैं ।' विवेचन कीजिए ।

- (b) Differentiate between intensive distribution, selective distribution, and exclusive distribution. 8

गहन वितरण, चरणात्मक वितरण और अनन्य वितरण में विभेद कीजिए ।

Or

(अथवा)

- (a) Write a note on Store-based and Non-store-based retailers. 7

स्टोर आधारित और गैर-स्टोर आधारित खुदरा व्यापारियों पर टिप्पणी लिखिए ।

- (b) Explain the following trends in marketing channels : 8

(i) Vertical Marketing System

(ii) Horizontal Marketing System.

विपणन सरणियों में निम्नलिखित प्रवृत्तियों को स्पष्ट कीजिए :

(i) ऊर्ध्वस्तर विपणन प्रणाली

(ii) समस्तर विपणन प्रणाली ।

5. (a) How are rural markets different from urban markets ? Discuss some of the major problems and challenges in rural marketing. 7

ग्रामीण बाजार शहरी बाजारों से किस प्रकार भिन्न हैं ? ग्रामीण विपणन की कुछ प्रमुख समस्याओं और चुनौतियों का विवेचन कीजिए ।

- (b) What is social marketing ? How is it different from profit-oriented marketing ? 8

सामाजिक विपणन क्या है ? यह लाभोन्मुखी विपणन से किस प्रकार भिन्न है ?

Or

(अथवा)

- (a) Why is rural marketing growing in importance in India ? How should a marketer change the marketing mix to suit rural markets. 7

भारत में ग्रामीण विपणन का महत्त्व क्यों बढ़ रहा है ? किस प्रकार विक्रेता ग्रामीण बाजारों के हिसाब से विपणन मिश्र को परिवर्तित कर सकता है ?

- (b) What is online marketing ? Explain its benefits to buyers and marketers. 8

ऑनलाइन विपणन क्या है ? खरीदारों और विक्रेताओं को इसके लाभ स्पष्ट कीजिए ।