

This question paper contains 4+1 printed pages]

Roll No.

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

S. No. of Question Paper : 521

Unique Paper Code : 241304

E

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 ।)

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

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

Attempt *all* questions.

All the parts of a question should be written together.

Marks are indicated against each question.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये ।

प्रत्येक प्रश्न के सभी भाग एक साथ लिखे जायें ।

प्रत्येक प्रश्न में अंक उसके सामने दर्शाये गये हैं ।

- (a) Discuss the importance of marketing for business and customers. 7
- (b) Why is it important to study marketing environment ? Discuss the impact of political-legal factors on the marketing decisions of a firm. 8

P.T.O.

Or

- (a) "Marketing-mix framework of 4 Ps is applicable to tangible products only and not to services." Do you agree ? Discuss. 7
- (b) What is the need to study the behaviour of consumers ? Briefly discuss the different stages through which a consumer passes while buying an LCD TV. 8
- (क) व्यवसाय और ग्राहकों के लिए विपणन के महत्त्व की विवेचना कीजिए ।
- (ख) विपणन पर्यावरण का अध्ययन क्यों महत्त्वपूर्ण है ? फर्म के विपणन-संबंधी निर्णयों पर राजनीतिक एवं विधिक कारकों के प्रभाव की विवेचना कीजिए ।

अथवा

- (क) "4 Ps का विपणन-मिश्र ढाँचा केवल मूर्त उत्पादों पर ही लागू होता है और सेवाओं पर नहीं ।" क्या आप सहमत हैं ? विवेचन कीजिए ।
- (ख) उपभोक्ताओं के व्यवहार का अध्ययन करने की क्या आवश्यकता है ? एक LCD TV को खरीदते समय उपभोक्ता जिन विभिन्न अवस्थाओं से गुजरता है, उनकी संक्षेप में विवेचना कीजिए ।
2. (a) What is meant by Product Life Cycle ? Explain the marketing strategies that a marketer may adopt during the introduction stage. 7
- (b) Define segmentation. What are the requirements of effective segmentation ? What could be the possible bases for segmentation for 'Perfumes' ? 8

Or

- (a) "Branding has assumed great importance these days." Explain. 7
- (b) Define Positioning. Discuss the various positioning strategies. 8

- (क) उत्पाद जीवन चक्र से आप क्या समझते हैं ? प्रस्तावना की अवस्था में विपणनकर्ता जिन विपणन संबंधी रणनीतियों का अनुसरण करता है उनकी व्याख्या कीजिए ।
- (ख) खंडीकरण की परिभाषा दीजिए । प्रभावी खंडीकरण की अपेक्षाएँ क्या हैं ? 'सुगंधियों' के लिए खंडीकरण संबंधी संभावित आधार क्या हो सकते हैं ?

अथवा

- (क) "आजकल ब्रांडिंग ने अधिक महत्व अर्जित कर लिया है ।" व्याख्या कीजिए ।
- (ख) स्थिति निर्धारण की परिभाषा दीजिए । स्थिति-निर्धारण की विभिन्न रणनीतियों की विवेचना कीजिए ।

3. (a) A company is going to launch a new anti-ageing cream for men. Suggest a suitable promotion mix for the company. 7
- (b) Differentiate between the following : 8
- (i) Push and Pull Strategies
- (ii) Cost-based and Value-based pricing.

Or

- (a) "Advertising and personal selling are complement each other." Comment. Do you see any role of personal selling in this era of online marketing ? 7
- (b) What factors should a marketer consider before setting product prices ? 8
- (क) एक कंपनी पुरुषों के लिए एक नई आयुरोधी क्रीम को बाजार में उतारने वाली है । कंपनी के लिए उपयुक्त संवर्धन-मिश्र सुझाइए ।
- (ख) निम्नलिखित में अंतर बताइए :
- (i) दाब-कर्षण रणनीतियाँ
- (ii) लागत-आधारित और मूल्य-आधारित कीमत निर्धारण ।

अथवा

- (क) "विज्ञापन और व्यक्तिगत रूप में विक्रय एक दूसरे के पूरक हैं ।" टिप्पणी कीजिए ।
: ऑन लाइन विपणन के इस युग में व्यक्तिगत रूप में विक्रय की आप क्या भूमिका देखते हैं ?
- (ख) उत्पाद की कीमतों को तय करने से पूर्व विपणनकर्ता को किन कारकों पर विचार करना चाहिए ?
4. (a) "The present retail scenario in India is witnessing a major change." Comment. 7
(b) Explain the major marketing logistics decisions for a large business enterprise. 8

Or

- (a) Explain the reasons for growing importance of Integrated Marketing Communication (IMC) in the promotion of a product. 7
(b) What modifications are required in the marketing mix of a company to make it suitable for rural marketing ? 8
- (क) "भारत में वर्तमान खुदरा व्यापार के स्वरूप में भारी परिवर्तन देखा जा रहा है ।" टिप्पणी कीजिए ।
- (ख) बड़े व्यावसायिक उद्यम के लिए प्रमुख विपणन तर्काधारों की व्याख्या कीजिए ।

अथवा

- (क) उत्पाद के संवर्धन में समेकित विपणन संचार (IMC) के वर्धमान महत्त्व के कारणों की व्याख्या कीजिए ।
- (ख) कंपनी के विपणन मिश्र में किन सुधारों को करने की आवश्यकता है जिससे कि यह ग्रामीण विपणन के लिए उपयुक्त बन जाए ।
5. (a) "Relationship Marketing aims at building long-term relationship with customers." Discuss. 7

(b) Write notes on any two of the following :

8

(i) After-sales Services

(ii) Importance of Packaging

(iii) Difference between Product Marketing and Services Marketing.

Or

(a) Write a note on Direct Marketing keeping in view its importance in the business world.

7

(b) Discuss the various ethical issues related to 4 Ps in marketing.

8

(क) "संबंधगत विपणन का लक्ष्य ग्राहकों के साथ दीर्घकालिक संबंध स्थापित करना है ।" विवेचना कीजिए ।

(ख) निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर टिप्पणियाँ लिखिए :

(i) बिक्री उपरांत सेवाएँ

(ii) पैकेजिंग का महत्त्व

(iii) उत्पाद विपणन और सेवाओं के विपणन में अंतर ।

अथवा

(क) व्यावसायिक विश्व में प्रत्यक्ष विपणन के महत्त्व पर टिप्पणी लिखिए ।

(ख) विपणन में 4 Ps से संबंधित विभिन्न नैतिक मुद्दों की विवेचना कीजिए ।