

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 5534 F Your Roll No.....

Unique Paper Code : 241304

Name of the Paper : Principles of Marketing

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

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt all questions.
3. All parts of a question should be written together.
4. All questions carry equal marks.
5. Answer may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
3. सभी भागों के प्रश्न के उत्तर एक साथ दीजिए।
4. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
5. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) "Marketing involves satisfaction of consumers needs" Elucidate this statement.
(b) Why is it necessary for a marketer to scan the marketing environment? Discuss how some recent changes in the India socio-cultural environment can have a bearing on the marketing decisions of some companies?

OR

- (a) "The aim of marketing is to make selling superfluous"? Comment.
(b) "The Marketing Mix is a mix of mixes" In the light of the statement explain the components of marketing mix. (7+8)

P.T.O.

- (क) “विपणन में उपभोक्ताओं की ज़रूरतों की संतुष्टि शामिल है।” इस कथन की व्याख्या कीजिए।
- (ख) विपणक के लिए विपणन पर्यावरण को देखना क्यों आवश्यक होता है।” विवेचन कीजिए कि किस प्रकार भारतीय सामाजिक-सांस्कृतिक पर्यावरण में हाल में हुए कुछ परिवर्तन का कुछ कंपनियों के लिए विपणन निर्णयों पर असर हो सकता है?

अथवा

- (क) “विपणन का लक्ष्य बिक्री को व्यर्थ बनाना है।” टिप्पणी कीजिए।
- (ख) “विपणन मिश्र, अनेक मिश्रों का मिश्र है।” इस कथन के प्रकाश में विपणन मिश्र के घटकों की व्याख्या कीजिए।

2. (a) Why should marketers study the behavior of their customer? Explain the role of psychological factors on the consumer purchase decision.
- (b) “Market Segmentation is important for target markets and target markets are important for product positioning.” Elaborate with examples.

OR

- (a) “With the growing similarities of product between the companies, after sale service provides the cutting-edge” Discuss.
- (b) What do you understand by Marketing Segmentation? Suggest suitable bases for segmenting the markets for the following products:
- (i) Watches.
- (ii) Car

(7+8)

- (क) विपणकों को उनके उपभोक्ता के व्यवहार का अध्ययन क्यों करना चाहिए? उपभोक्ता के क्रय-निर्णयों पर मनोवैज्ञानिक कारकों की भूमिका की व्याख्या कीजिए।
- (ख) “बाज़ार खंडीकरण लक्ष्य बाज़ारों के लिए महत्वपूर्ण है और लक्ष्य बाज़ार उत्पाद स्थानन के लिए महत्वपूर्ण हैं।” उदाहरण देकर इसकी व्याख्या कीजिए।

अथवा

- (क) “कंपनियों के बीच उत्पाद की वर्धमान समानताओं होने के साथ बिक्री के बाद सेवा प्रदान करना आगे बढ़ने में मदद करता है।” विवेचन कीजिए।
- (ख) विपणन खंडीकरण से आप क्या समझते हैं? निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाज़ारों को खंडों में बाँटने के लिए उपयुक्त आधारों को सुझाइए:

(i) घड़ियाँ

(ii) कार

3. (a) "Distinguish between Market Penetration Strategy and Market Skimming Strategy". In which situations are these strategies suitable?
- (b) "New Product failure is the most common phenomena than success". Comment on this statement and briefly discuss the main stages in the new product development process.

OR

- (a) "Advertising brings long-term benefits but sales promotion is for quicker results". Comment and briefly discuss the benefits and limitations of sales promotions.
- (b) Explain the concept of Product life Cycle by taking an example of a high technology product. (7+8)
- (क) बाजार में घुसने की नीति और बाजार की क्षिप्र नीति में अंतर बताइए। किन स्थितियों में ये नीतियाँ उपयुक्त होती हैं?
- (ख) "नए उत्पाद की असफलता, सफलता से अधिक सामान्य घटना होती है।" इस कथन पर टिप्पणी कीजिए और नए उत्पाद को विकसित करने की प्रक्रिया में मुख्य अवस्थाओं की संक्षेप में विवेचना कीजिए।

अथवा

- (क) विज्ञापन दीर्घावधिक लाभ प्रदान करता है परंतु बिक्री संवर्धन शीघ्र परिणाम प्राप्त करने के लिए कारगर होता है। टिप्पणी कीजिए और बिक्री संवर्धन के लाभों और सीमाओं की संक्षेप में विवेचना कीजिए।
- (ख) उच्च औद्योगिक उत्पाद का उदाहरण लेकर उत्पाद जीवन-चक्र की संकल्पना की व्याख्या कीजिए।
4. (a) Examine the role of middlemen in the present day business scenario. Is it desirable and feasible to eliminate them? Explain.
- (b) How changing scenario of retailing in India is affecting the small retailers? What strategies should be used by them to remain competitive?

OR

- (a) What factors are responsible for the popularity of companies like flipkart.com, amazon.com and snap deal.com? Discuss.
- (b) "Rural Markets is the hot spot for consumer product companies". How far do you agree with this statement? Explain the problems that India marketers face in tapping the rural markets? (7+8)
- (क) वर्तमान व्यावसायिक परिदृश्य में बिचौलियों की भूमिका की जाँच कीजिए। क्या इनका निरसन वांछनीय और साध्य है? व्याख्या कीजिए।
- (ख) भारत में खुदरा व्यापार का बदलता हुआ परिदृश्य छोटे खुदरा व्यापारियों को प्रभावित कर रहा है? प्रतिस्पर्धी बने रहने के लिए उन्हें किन रणनीतियों का प्रयोग करना चाहिए।

अथवा

- (क) फ्लिपकार्ट.कॉम, आमेजॉन.कॉम और स्नैपडील.कॉम जैसे कंपनियों की लोकप्रियता के लिए जिम्मेदार कारक क्या हैं? विवेचन कीजिए।
- (ख) "उपभोक्ता उत्पाद कंपनियों के लिए ग्रामीण बाजार अधिक माँग वाले स्थल हैं।" इस कथन से आप कहाँ तक सहमत हैं? ग्रामीण बाजारों को ढूँढने में भारत के विपणकों को जो समस्याएँ झेलनी पड़ती हैं उनकी व्याख्या कीजिए।

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

- (a) Green Marketing
- (b) Social Marketing
- (c) Services Marketing
- (d) Value-based Pricing
- (e) Packaging and Labeling (5+5+5)

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:

- (क) हरित विपणन
- (ख) सामाजिक विपणन
- (ग) सेवाओं का विपणन
- (घ) मूल्य आधारित कीमत निर्धारण
- (ङ) पैकेजिंग और लेबलिंग