

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 1482

F-7

Your Roll No.....

Unique Paper Code : 2411302

Name of the Paper : Principles of Marketing

Name of the Course : Restructured FYUP (Commerce)

Semester : III

Maximum Marks : 75

Duration : 3 Hours

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 must be attempted together.
4. All questions carry equal marks.
5. Answers 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 दीजिये।
3. प्रश्न के सभी भागों के उत्तर, अनिवार्य रूप से 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) What do you understand by marketing concept? How it is different from selling concept? (8)
- (b) Explain how changes in socio-cultural environment affect marketing decisions. (7)

P.T.O.

- (क) विपणन सिद्धांत से आप क्या समझते हैं? यह बिक्री अवधारणा से किस प्रकार भिन्न है?
- (ख) व्याख्या कीजिए कि, सामाजिक-सांस्कृतिक वातावरण में परिवर्तन, विपणन निर्णयों को किस प्रकार प्रभावित करते हैं?

OR

- (a) Why marketing is important for Business Enterprises, Customers and Society? (8)
- (b) Explain briefly the micro environmental factors affecting marketing decisions. (7)
- (क) व्यापारिक उद्यमों, ग्राहकों और समाज के लिए विपणन महत्वपूर्ण क्यों है?
- (ख) विपणन निर्णयों को प्रभावित करने वाले सूक्ष्म पर्यावरणीय कारकों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
2. (a) Discuss the major bases of positioning a product/ service in the market. (8)
- (b) Explain the consumer buying process with an example. (7)
- (क) उत्पाद/सेवा को बाजार में स्थापित करने वाले मुख्य आधारों की चर्चा कीजिए।
- (ख) उपभोक्ता खरीद प्रक्रिया की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।

OR

- (a) Discuss the various factors which influence consumers' buying decisions. (8)
- (b) Is there any need to segment the markets? If yes, why? What are the various bases used for segmentation? (7)
- (क) उपभोक्ताओं के खरीद निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की चर्चा कीजिए।
- (ख) क्या बाजार को विभाजित करने की कोई आवश्यकता है? यदि हाँ, तो क्यों? विभाजित करने के लिए उपयोग किए जाने वाले विभिन्न आधार क्या हैं?

3. (a) What do you understand by product? What are the various levels of a product? (8)
- (b) Differentiate between penetration pricing and skimming pricing. Which pricing policy would you recommend for a new product? (7)
- (क) उत्पाद से आप क्या समझते हैं? उत्पाद के विभिन्न स्तर क्या हैं?
- (ख) पेनिट्रेशन प्राइसिंग और स्किमिंग मूल्य निर्धारण में क्या अंतर है? नए उत्पाद के लिए आप कौन-सी मूल्य निर्धारण नीति की अनुशंसा करेंगे?

OR

- (a) Discuss the cost-oriented pricing strategies. (8)
- (b) Differentiate between convenience goods, shopping goods and specialty goods. (7)
- (क) लागत-उन्मुख मूल्य निर्धारण रणनीतियों की चर्चा कीजिए।
- (ख) सुविधा वस्तुओं, विक्रय वस्तुओं और विशेषता वस्तुओं के बीच अंतर बताइए।
4. (a) Define and differentiate between intensive distribution, selective distribution and exclusive distribution. (8)
- (b) Write a note on promotion mix. (7)
- (क) गहन वितरण, चयनात्मक वितरण और अनन्य वितरण को परिभाषित कीजिए एवं इनके बीच अन्तर बताइए।
- (ख) संवर्धन मिश्रण पर टिप्पणी लिखिए। (8)

OR

- (a) "Advertising is a waste". Critically examine this statement. (8)
- (b) Write a note on the importance of marketing channels. (7)

(क) 'विज्ञापन व्यर्थ है'। इस कथन का आलोचनात्मक परीक्षण कीजिए।

(ख) विपणन चैनलों के महत्व पर टिप्पणी लिखिए।

5. Write Short Notes on *any three* of the following:

(5x3=15)

(a) Elements of Distribution Logistics

(b) Overcoming problems of Rural Marketing

(c) Stages in New Product Development

(d) Online Marketing

(e) Post Purchase Consumer Behaviour

(f) Direct Marketing

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:

(क) वितरण लणजिस्टिक के तत्व

(ख) ग्रामीण विपणन की समस्याओं पर विजय प्राप्त करना।

(ग) नए उत्पाद के विकास की अवस्थाएँ

(घ) ऑनलाइन विपणन

(ङ) खरीद उपरान्तण उपभोद्रा व्यवहार

(च) प्रत्यक्ष विपणन