

This question paper contains 7 printed pages]

Your Roll No. ....

1276

B.Com./III

G-I

Paper Code : C-119

Paper XVI-B—MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 55

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

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 अंग्रेज़ी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

Note :— The maximum marks printed on the question paper are applicable for the students of the regular colleges (Category 'A'). These marks will, however, be scaled up proportionately in respect of the students of SOL at the time of posting of awards for compilation of result.

P.T.O.

(2)

टिप्पणी : प्रश्न-पत्र पर अंकित पूर्णांक श्रेणी 'A' के विद्यार्थियों के लिए अनुप्रयोज्य हैं। तथापि ये अंक SOL के विद्यार्थियों के संबंध में उनके परिणाम के संकलन के लिए नियुक्त अधिनिर्णय के समय पर, उनके आनुपातिक रूप में अधिक होंगे।

Attempt All questions.

All questions carry equal marks.

All parts of the question must be attempted together.

सभी प्रश्न कीजिये।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

प्रत्येक प्रश्न के सभी भागों को एकसाथ हल कीजिए।

1. (a) "Marketing is a business philosophy that needs to be adopted in any organisation." Do you agree? Give reasons.

5

"विपणन एक व्यावसायिक दर्शन (business philosophy) है जिसे एक संगठन में अपनाया जाता है।" क्या आप सहमत हैं? उत्तर में कारण दीजिए।

- (b) What is Marketing Mix ? Explain the factors that a marketer needs to keep in mind while developing an appropriate marketing-mix for a business firm. 6

विपणन-मिश्रण क्या है ? उन कारकों का वर्णन कीजिए जो व्यावसायिक फर्म में विपणन-मिश्रण के विकसित करने में ध्यान में रखे जाते हैं ।

Or

(अथवा)

Explain the philosophies of marketing (production concept, product concept, selling concept, marketing concept and societal marketing concept). Give examples to support your answer. 11

विपणन के दर्शन (उत्पादन अवधारणा, उत्पाद अवधारणा, बिक्री अवधारणा, विपणन अवधारणा और सामाजिक विपणन अवधारणा) का वर्णन कीजिए । अपने उत्तर के समर्थन में उदाहरण दीजिए ।

P.T.O.

2. Is it necessary to scan marketing environment ? How micro and macro environmental factors affect marketing decisions ? Give suitable examples. 11

क्या विपणन वातावरण का क्रमवीक्षण (scan) करना आवश्यक है ? कैसे व्यक्ति और समष्टिगत वातावरण घटक विपणन निर्णयों को प्रभावित करते हैं । उचित उदाहरण दीजिए ।

Or

(अथवा)

- (a) Do you think that there is a need to understand consumer buying behaviour ? Explain. 5

क्या आप समझते हैं कि उपभोक्ता क्रय व्यवहार को समझना आवश्यक है ? समझाइए ।

- (b) Briefly explain any two factors affecting consumer buying behaviour. 6

उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले किन्हीं दो कारकों का संक्षेप में वर्णन कीजिए ।

3. (a) What is a product ? What are different layers of a product ? 6

एक उत्पाद क्या है ? एक उत्पाद की विभिन्न परतें क्या हैं ?

- (b) Differentiate between *skimming-the-cream* and *penetration pricing*. 5

क्रीम को मथने और अंतःप्रवेशी मूल्यन (*skimming-the-cream* and *penetration pricing*) में अंतर कीजिए ।

Or

(अथवा)

- (a) What is branding ? What are the essentials of a good brand ? 6

ब्राण्डिंग क्या है ? एक अच्छे ब्रांड के गुण क्या होते हैं ?

- (b) What is the significance of price in marketing of products ? 5

उत्पादों के विपणन में मूल्य का क्या महत्व है ?

P.T.O.

4. (a) What do you understand by promotion-mix ? Explain various factors affecting promotion-mix. 6

संवर्धन-मिश्रण से आप क्या समझते हैं ? एक संवर्धन-मिश्रण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का वर्णन कीजिए ।

- (b) What is meaning and importance of channels of distribution in marketing decisions ? 5

वितरण-सरणी (Channels of Distribution) का विपणन निर्णयों में क्या अर्थ और महत्ता है ?

Or

(अथवा)

- (a) Briefly explain the various elements of distribution logistics. 6

वितरण लॉजिस्टिक्स (Logistics) के विभिन्न तत्वों का वर्णन कीजिए ।

- (b) Explain the process of communication used in the promotion of products. 5

वस्तुओं के संवर्धन में संदेशवाहन की प्रक्रिया का वर्णन कीजिए ।

5. Write short notes on any two of the following :

11

- (i) Packaging and Labelling
- (ii) Cost-oriented Pricing
- (iii) Functions of Retailers
- (iv) Integrated Marketing Communication.

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

- (i) पैकेजिंग और लेबलिंग
- (ii) लागत-परक मूल्यन (Cost-oriented Pricing)
- (iii) फुटकर व्यापारियों के कार्य
- (iv) एकीकृत विपणन संदेशवाहन ।