

This question paper contains 4 printed pages.

609

Your Roll No.

B.Com. (Hons.) / III

G

**Elective Group : EC— MARKETING, ADVERTISING
AND PERSONAL SELLING**

Paper XXIII— Principles of Marketing

(C-308)

Time : 3 hours

Maximum Marks : 75

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

Attempt all questions.

All questions carry equal marks.

All parts of a question must be attempted together.

*सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। एक प्रश्न
के भागों के उत्तर एक स्थान पर ही दें।
सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।*

1. (a) Define and contrast marketing concept and selling concept.

P. T. O.

विपणन दर्शन और विक्रय दर्शन को परिभाषित तथा व्यतिरेक (contrast) कीजिये। 8

- (b) Explain the major components of macro marketing environment.

व्यष्टि विपणन वातावरण के मुख्य घटकों का वर्णन कीजिए। 7

Or (अथवा)

- (a) Discuss the various factors which influence consumers' buying decisions.

उपभोक्ता क्रय निर्णय को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का वर्णन कीजिए। 8

- (b) Why is marketing important for Business Enterprises, Customers and Society?

व्यावसायिक उपक्रमों, उपभोक्ताओं तथा समाज के लिए विपणन क्यों महत्त्वपूर्ण है? 7

2. (a) With help of an example, explain the meaning of segmentation, targeting and positioning (STP).

एक उदाहरण की सहायता से विखंडन, लक्ष्य और स्थितिकरण (STP) का अर्थ बताइये। 8

- (b) Explain the characteristics and marketing strategies of convenience and shopping goods.

सुविधा और शापिंग (Shopping) वस्तुओं की विशेषताओं और विपणन रणनीतियों के बारे में वर्णन कीजिए। 7

Or (अथवा)

- (a) What is a product? Discuss the various levels of a product.

एक उत्पाद क्या है? एक उत्पाद के विभिन्न स्तरों का वर्णन कीजिए। 8

- (b) Write a note on the strategies used by marketers at different stages of the PLC.

PLC की विभिन्न अवस्थाओं में विपणकों द्वारा प्रयुक्त रणनीतियों पर एक समीक्षा कीजिए। 7

3. (a) List and explain the internal and external factors affecting price determination.

मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले आंतरिक और बाह्य घटकों का सूचीयन और वर्णन कीजिए। 8

- (b) What are the various factors that affect the promotion-mix decisions of a firm?

एक फर्म के संवर्धन-मिश्र निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का वर्णन कीजिए। 7

Or (अथवा)

- (a) Differentiate between pull and push strategies.

खींचिये और धक्का रणनीतियों (pull and push strategies) में अन्तर कीजिए। 8

- (b) Critically evaluate the cost-oriented pricing methods.

लागत-मूलक कीमतन विधियों का आलोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए। 7

4. (a) What is physical distribution? Explain the various components of physical distribution.

P. T. O.

वास्तवी (physical) वितरण क्या है? वास्तवी वितरण के विभिन्न घटकों का वर्णन कीजिए। 8

- (b) What are the various forms of non-store retailing in India?

भारत में गैर-स्टोर खुदरा के विभिन्न स्वरूप क्या हैं? 7

Or (अथवा)

- (a) What are the different forms of distribution strategies used by a company?

एक कम्पनी द्वारा प्रयुक्त वितरण रणनीतियों के विभिन्न स्वरूप क्या हैं? 8

- (b) Write a note on the importance of marketing channels.

विपणन शृंखला की महत्ता पर एक टिप्पणी लिखिए। 7

5. Write short notes on any *three*:

- Marketing mix planning for rural markets
- Post purchase consumer behaviour
- New product development
- Communication process
- Online marketing.

किन्हीं तीन पर लघु टिप्पणियाँ लिखिए:

- ग्रामीण बाजारों के लिए विपणन-मिश्रण का नियोजन
- क्रय-पश्चात् उपभोक्ता व्यवहार
- नया उत्पाद विकास
- संचार प्रक्रिया
- आन-लाइन विपणन।

3×5
2800