

This question paper contains 8 printed pages]

Roll No.

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

2019

S. No. of Question Paper : 7006

28

Unique Paper Code : 22411501

Name of the Paper : Principles of Marketing

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

Semester

Duration : 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 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* parts of a question must be attempted together.

सभी प्रश्न कीजिए।

एक प्रश्न के सभी भाग एक साथ करने हैं।



1. (a) Explain the role of marketing as an instrument of economic development in a developing country like India. 8
- (b) "Marketing mix framework of 4 P's is applicable to tangible products only and not to services." Justify the statement by explaining the marketing mix for services with a suitable example. 7

- (अ) भारत जैसे विकासशील देश में आर्थिक विकास के साधन के रूप में विपणन की भूमिका स्पष्ट कीजिए।
- (ब) "4 P's का विपणन मिश्रण ढांचा केवल मूर्त उत्पादों पर लागू होता है न कि सेवाओं पर।" उपयुक्त उदाहरण के साथ सेवाओं के लिए विपणन मिश्रण की व्याख्या करते हुए इस कथन को सही ठहराइये।

Or/अथवा

- (a) Why does a marketing manager need to understand marketing environment ? Explain the importance of the demographic and economic environment in taking prudent strategic marketing decisions. 8

- (b) Explain the evolution of the marketing concept giving examples. 7

(अ) मार्केटिंग वातावरण को समझने के लिए मार्केटिंग प्रबंधक की आवश्यकता क्यों है? विवेकपूर्ण रणनीतिक विपणन निर्णय लेने में जनसांख्यिकीय और आर्थिक वातावरण के महत्व को समझाइये।

(ब) विपणन अवधारणा के विकास की व्याख्या उदाहरण देते हुए कीजिये।

2. (a) Explain the significance of product positioning. Discuss any five bases of product positioning for different brands of cars in India. 8

(b) What is consumer buying behaviour ? Briefly explain the buying decision process of an Indian middle class family for the purchase of an apartment in the NCR region. 7

(अ) उत्पाद की स्थिति के महत्व को स्पष्ट कीजिये। भारत में कारों के विभिन्न ब्राण्डों के लिए उत्पाद स्थिति के किन्हीं पाँच आधारों की विवेचना कीजिये।

(ब) उपभोक्ता क्रय व्यवहार क्या है? एन.सी.आर. क्षेत्र में एक अपार्टमेंट की खरीद के लिए एक मध्यमवर्गीय भारतीय परिवार की खरीद निर्णय प्रक्रिया की संक्षिप्त व्याख्या कीजिये।

Or/अथवा

(a) What do you understand by psychographic and behavioural market segmentation ? Suggest suitable bases to segment the market for the following products giving reasons :

(i) Business Magazine

(ii) Luxury Cars

(iii) Formal men's wear

(b) What do you understand by branding ? Discuss its significance. What are the desirable qualities of a good brand ?

(अ) मनोवैज्ञानिक और व्यवहारात्मक बाजार विखंडन से आपका क्या अभिप्राय है? कारण बताते हुए निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजार को उपयुक्त बनाने के लिए उपयुक्त आधार सुझाइये :

(i) व्यापार पत्रिका

(ii) महंगी कार

(iii) औपचारिक पुरुषों का पहनावा।

(ब) ब्रांडिंग से आप क्या समझते हैं? इसके महत्व की विवेचना कीजिये। एक अच्छे ब्रांड के वांछनीय गुण क्या हैं?

3. (a) "The most important factor in successful new product development is matching the product and market needs."

Discuss the statement with respect to the process of developing a new product.

(b) What is pricing ? Explain the following giving examples :

(i) Differential Pricing and Product Line Pricing

(ii) Psychological Pricing and Competitive Pricing

(iii) Cash discount and Trade discount

(अ) "सफल नये उत्पाद विकास में सबसे महत्वपूर्ण कारक उत्पाद और बाजार की जरूरतों का मिलान है।" एक नये उत्पाद को विकसित करने की प्रक्रिया के संबंध में इस कथन की विवेचना कीजिये।

(ब) मूल्य निर्धारण क्या है? निम्नलिखित की सोदाहरण व्याख्या कीजिये :

(i) विभेदक मूल्य निर्धारण और उत्पाद लाइन मूल्य निर्धारण

(ii) मनोवैज्ञानिक मूल्य निर्धारण और प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण

(iii) नकद छूट और व्यापार छूट।

Or/अथवा

(a) Suggest appropriate marketing strategies for each stage of the product life cycle of a product. 8

(b) Discuss various factors that a consumer goods marketing firm needs to consider while setting a price. 7

(अ) किसी उत्पाद के उत्पाद जीवन चक्र के प्रत्येक चरण के लिए उपयुक्त विपणन रणनीतियों का सुझाव दीजिये।

(ब) उन विभिन्न कारकों की चर्चा कीजिये जिन्हें एक उपभोक्ता सामान विपणन फर्म को कीमत निर्धारित करते समय विचार करने की आवश्यकता होती है।

4. (a) Briefly explain the various elements of promotion mix. A start-up wants to introduce its detergent powder in the market, giving reasons suggest an appropriate promotion mix. 8

(b) "Rural markets are expanding very fast."

Discuss the marketing mix of rural markets in light of the above statement. 7

(अ) अभिवृद्धि मिश्रण के विभिन्न तत्वों की संक्षिप्त व्याख्या कीजिये। एक स्टार्ट-अप अपने डिटर्जेंट पाउडर को बाजार में पेश करना चाहता है, कारण देते हुए एक उचित अभिवृद्धि मिश्रण का सुझाव दीजिये।

(ब) "ग्रामीण बाजार बहुत तेजी से फैल रहे हैं।"

उपर्युक्त कथन के आलोक में ग्रामीण बाजारों के विपणन मिश्रण की विवेचना कीजिये।

Or/अथवा

(a) Discuss the role of personal selling in promoting products.

What advantages personal selling offers over advertising ? 8

(b) Explain the following giving examples :

(i) Departmental stores and discount stores

(ii) Mail order retailing and Vending machine 7

(अ) उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए व्यक्तिगत विक्रय को समझाइये। विज्ञापन से अधिक व्यक्तिगत विक्रय के क्या फायदे हैं?

(ब) उदाहरण देते हुए निम्नलिखित की व्याख्या कीजिये :

(i) डिपार्टमेंटल स्टोर्स एवं डिस्काउंट स्टोर्स

(ii) मेल आर्डर रिटेलिंग एवं वेन्डिंग मशीन।

5. Write short notes on any *three* :  $3 \times 5 = 15$

- (i) Ethical practices in marketing
- (ii) Elements of marketing logistics
- (iii) Relationship marketing (giving examples)
- (iv) Classification of consumer products.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (i) विपणन में नैतिक व्यवहार
- (ii) विपणन तार्किकता के तत्व
- (iii) संबंध विपणन (उदाहरण देते हुए)
- (iv) उपभोक्ता उत्पादों का वर्गीकरण।