

Unique Paper Code: **52417502_0C**

Name of the Paper: **Principles of Marketing**

Name of the Course: **B.Com , CBCS**

Semester: **V**

Duration: **3 hours**

Maximum Marks: **75 Marks**

विद्यार्थियों के लिए निर्देश

1. किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

3. आप अंग्रेजी या हिन्दी किसी भी माध्यम में उत्तर दे सकते हैं लेकिन सभी प्रश्नों का माध्यम एक जैसा होना चाहिए।

प्र.1 अमेरिका में स्थित एक अंतरराष्ट्रीय फर्म भारत में घरेलू उपकरणों की एक विस्तृत श्रृंखला की मार्केटिंग में रुचि रखती है। अपनी मार्केटिंग रणनीति विकसित करते समय फर्म को किन जनसांख्यिकीय, सामाजिक-सांस्कृतिक और राजनीतिक-कानूनी कारकों को ध्यान में रखना चाहिए?

प्र.2 स्वास्थ्य उत्पाद बेचने वाली एक फर्म जानती है कि उसकी सफलता काफी हद तक फर्मों की मार्केटिंग रणनीति के प्रति उपभोक्ताओं की प्रतिक्रिया पर निर्भर करती है। उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की चर्चा कीजिए जिन पर विपणन प्रबंधक को विचार करना चाहिए।

प्र.3 ई-बुक्स जैसे नए उत्पाद धीरे-धीरे वास्तविक पुस्तकों पर अपनी प्रतिष्ठा बना रहे हैं। इस परिवर्तन के लिए लंबे समय में सफल होने के वास्ते एक अच्छी विकसित रणनीति की

आवश्यकता है। वर्तमान परिदृश्य में ई-पुस्तकों के नए उत्पाद के विकास हेतु एक स्थायी रणनीति तैयार कीजिए।

प्र.4 उस विपणक के लिए कौन-सी वैकल्पिक मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ उपलब्ध होती हैं जो अत्यधिक प्रतिस्पर्धी वाले बाजार में डिटर्जेंट का एक नया ब्रांड पेश करना चाहता है? उपरोक्त रणनीतियों के गुण और दोषों की व्याख्या कीजिए।

प्र.5 भारत में नॉन-स्टोर आधारित रिटेलिंग ने स्टोर आधारित रिटेलिंग की तुलना में अधिक महत्व की कल्पना कर ली है। उपयुक्त उदाहरणों के साथ गैर-स्टोर आधारित खुदरा विक्रेताओं के प्रकार और महत्व को बताते हुए कथन को स्पष्ट करें।

प्र.6 प्रमोशन मिक्स क्या है? डाबर इंडिया के एक विपणन प्रबंधक के रूप में, जो भारतीय महानगरों में खिलाड़ियों के लिए एक नया हैल्थड्रिंक लॉन्च कर रहा है, उत्पाद के लिए एक उपयुक्त प्रचार मिश्रण रणनीति तैयार कीजिए।

downloaded from
StudentSuvidha.com