

6
[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 836

I

Unique Paper Code : 2412082303

Name of the Paper : Principles of Marketing

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

Semester : III, DSC, UGCF

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 90

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt all question, all questions are compulsory.
3. All questions carry equal marks.
4. 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।

P.T.O.

2. सभी प्रश्न कीजिए, सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. "Consumer orientation is an important feature of marketing that aims at understanding and meeting the needs of customers." In the light of this statement, explain scope, importance, and the core concepts of marketing. (18)

OR

- (a) "Holistic Marketing acknowledges that everything matters in marketing." Comment and elaborate on holistic marketing concept. (9)
 - (b) Explain the production concept and product concept of marketing philosophies with the help of examples. (9)
2. "A study of marketing environment is essential for the success of an organisation." In the light of this statement, discuss the various factors of micro and macro environment of a firm in detail. (18)

OR

- (a) What do you mean by Consumer Behaviour? What are the different factors influencing consumer's buying decisions? Explain. (9)
- (b) "The marketing mix refers to the set of actions, or tactics, that a company uses to promote its brand or product in the market." Comment. Suggest the marketing mix for an organic tea. (9)
3. (a) What do you understand by Market Segmentation? How is it different from Market Targeting? Elaborate different requirements of effective market segmentation. (9)
- (b) Briefly explain the stages in Consumer buying decision process using the example of an electric passenger car. (9)

OR

- (c) What is a product? Discuss the various levels of a product taking electric two-wheeler as a product. (9)

(d) What is product mix? Explain with the help of examples, the width, depth, and consistency of product mix. (9)

4. (a) "Packaging acts as silent salesman." Comment and explain the role and importance of packaging in marketing. (9)

(b) "Effective labelling in marketing involves understanding the target audience and balancing the need for informative content." Comment and discuss the various types of available labels for the products. (9)

OR

(c) "Pricing is the process of determining the price which is optimal for both the manufacturer and the customers." Comment and explain the various factors that affect price of a product. (9)

(d) "Marketers use an array of tools for the purpose of communicating and promoting their products and services." In the light of the above statement, explain the concept of promotion mix and its various components. (9)

5. Write an explanatory note on any three of the following : (3×6=18)

- (a) Intensive Distribution and Selective Distribution
- (b) Service Marketing and its features
- (c) Integrated Marketing Communication (IMC)
- (d) Rural Marketing and its characteristics
- (e) Sustainable marketing and its issues

1. “उपभोक्ता उन्मुखता मार्केटिंग की एक महत्वपूर्ण विशेषता है जिसका उद्देश्य ग्राहकों की आवश्यकताओं को समझना और पूरा करना है।” इस कथन को ध्यान में रखते हुए, मार्केटिंग के दायरे, महत्व और मूल अवधारणाओं को स्पष्ट कीजिए। (18)

अथवा

- (क) “समग्र मार्केटिंग स्वीकार करती है कि मार्केटिंग में सब कुछ मायने रखता है।” समग्र मार्केटिंग की अवधारणा पर टिप्पणी कीजिए और इसके बारे में विस्तार से बताइए। (9)
- (ख) मार्केटिंग दर्शन की उत्पादन अवधारणा और उत्पाद अवधारणा को उदाहरणों की सहायता से स्पष्ट कीजिए। (9)

2. “किसी संगठन की सफलता के लिए मार्केटिंग माहौल का अध्ययन आवश्यक है।” इस कथन को ध्यान में रखते हुए फर्म के सूक्ष्म एवं समष्टि वातावरण के विभिन्न कारकों की विस्तार से विवेचना कीजिए। (18)

अथवा

(क) उपभोक्ता व्यवहार से आप क्या समझते हैं? उपभोक्ता के स्वरीद निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारक क्या हैं? स्पष्ट कीजिए। (9)

(ख) “मार्केटिंग मिक्स ऐसे कार्यों, या रणनीति के सेट को संदर्भित करता है, जो कोई कंपनी अपने ब्रांड या उत्पाद को बाजार में बढ़ावा देने के लिए उपयोग करती है।” टिप्पणी कीजिए। एक ऑर्गेनिक चाय के लिए मार्केटिंग मिक्स का सुझाव दीजिए। (9)

3. (क) बाजार संवर्गीकरण से आप क्या समझते हैं? यह मार्केट टार्गेटिंग से कैसे अलग है? प्रभावी बाजार संवर्गीकरण की विभिन्न आवश्यकताओं को विस्तार से बताइए। (9)

(ख) इलेक्ट्रिक यात्री कार के उदाहरण का उपयोग करके उपभोक्ता स्वरीद निर्णय प्रक्रिया में चरणों को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए। (9)

अथवा

(ग) उत्पाद क्या होता है? इलेक्ट्रिक दोपहिया वाहन को उत्पाद के रूप में लेते हुए उत्पाद के विभिन्न स्तरों पर चर्चा कीजिए। (9)

(घ) उत्पाद मिक्स क्या होता है? उदाहरणों की सहायता से उत्पाद मिक्स के दायरे, गहराई तथा निरंतरता को स्पष्ट कीजिए। (9)

4. (क) "पैकेजिंग मूक विक्रेता के रूप में कार्य करती है।" टिप्पणी कीजिए और मार्केटिंग में पैकेजिंग की भूमिका और महत्व को स्पष्ट कीजिए। (9)

(ख) "मार्केटिंग में प्रभावी लेबलिंग में लक्षित दर्शकों को समझना और सूचनात्मक सामग्री की आवश्यकता को संतुलित करना शामिल होता है।" टिप्पणी कीजिए और उत्पादों के लिए उपलब्ध विभिन्न प्रकार के लेबल के बारे में चर्चा कीजिए। (9)

अथवा

(ग) "मूल्य निर्धारण कीमत निर्धारित करने की प्रक्रिया है जो निर्माता और ग्राहकों दोनों के लिए इष्टतम होती है।" टिप्पणी कीजिए और एक उत्पाद की कीमत को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों को स्पष्ट कीजिए। (9)

(घ) “मार्केटर अपने उत्पादों और सेवाओं को सप्रेषित करने और बढ़ावा देने के उद्देश्य से व्यवस्थित साधनों का उपयोग करते हैं।” उपरोक्त कथन को ध्यान में रखते हुए, प्रमोशन मिक्स की अवधारणा और इसके विभिन्न घटकों को स्पष्ट कीजिए।

(9)

5. निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर व्याख्यात्मक टिप्पणी लिखिए :

(3×6=18)

(क) गहन वितरण और चयनात्मक वितरण

(ख) सर्विस मार्केटिंग और इसकी विशेषताएं

(ग) एकीकृत मार्केटिंग संचार (IMC)

(घ) ग्रामीण मार्केटिंग और इसकी विशेषताएं

(ङ) सतत मार्केटिंग और इसकी समस्याएं