

(b) How would you design a promotion mix for a shampoo for men? (7)

आप पुरुषों के शैम्पू के लिए प्रमोशन मिश्रण कैसे तैयार करेंगे?

(20,000)

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 263

C

Unique Paper Code : 22411501

Name of the Paper : Principles of Marketing

Name of the Course : B.Com. (Hons.) CBCS,
Part III

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt **all** questions.
3. **All** parts of a question must be attempted together.
4. **All** questions carry equal marks.
5. Answers may be written in English or Hindi but the same medium should be used throughout the paper.

P.T.O.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. प्रश्न के सभी भागों को एक साथ करने का प्रयास करना चाहिए।
4. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
5. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिये, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) "The aim of marketing is to make selling superfluous." In the light of this statement explain what is marketing. (7)

“विपणन का उद्देश्य बिक्री को अनावश्यक बनाना है।” इस कथन के आलोक में स्पष्ट कीजिए कि विपणन क्या है।

- (b) How does change in a countries population age-mix and the growth of ethnic and racial diversity affect the marketer? (8)

किसी देश की जनसंख्या आयु-मिश्रण में परिवर्तन और जातीय और नस्लीय विविधता की वृद्धि विपणक को कैसे प्रभावित करती है?

5. (a) "It is five times more expensive to find new customers than to retain existing customers." In the light of this statement explain relationship marketing? (7)

“मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखने की तुलना में नए ग्राहकों को खोजना पांच गुना अधिक महंगा है।” इस कथन के आलोक में रिलेशनशिप मार्केटिंग की व्याख्या कीजिए?

- (b) What is Integrated marketing communication? What factors have led to its growth? (8)

एकीकृत विपणन संचार क्या है? किन कारकों ने इसकी वृद्धि को जन्म दिया है?

OR

अथवा

- (a) "Digital Marketing involves using several forms of digital communication to connect with potential customers." Explain (8)

“डिजिटल मार्केटिंग में संभावित ग्राहकों से जुड़ने के लिए डिजिटल संचार के कई रूपों का उपयोग करना शामिल है।” व्याख्या कीजिए।

4. (a) How does a vertical marketing system differ from a conventional marketing channel? Explain (7)

एक वर्टिकल मार्केटिंग सिस्टम पारंपरिक मार्केटिंग चैनल से कैसे भिन्न होता है? व्याख्या कीजिए।

- (b) Explain the various factors which influence the pricing decision of a firm? (8)

फर्म के मूल्य निर्धारण निर्णय को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए?

OR

अथवा

- (a) "Nonstore retailing has been growing much faster than store retailing." Explain (8)

"स्टोर रिटेलिंग की तुलना में नॉनस्टोर रिटेलिंग बहुत तेजी से बढ़ रही है।" व्याख्या कीजिए।

- (b) Differentiate between cost based pricing and value based pricing? (7)

लागत आधारित मूल्य निर्धारण और मूल्य आधारित मूल्य निर्धारण के बीच अंतर कीजिए?

OR

अथवा

- (a) "Holistic marketing acknowledges that everything matters in marketing and a broad, integrated perspective is often necessary." Elaborate the statement. (8)

"समग्र विपणन स्वीकार करता है कि विपणन में सब कुछ मायने रखता है और एक व्यापक, एकीकृत परिप्रेक्ष्य अक्सर आवश्यक होता है।" इस कथन की व्याख्या कीजिए।

- (b) Explain how the marketing of services is different from the marketing of goods. (7)

यह समझाइए कि सेवाओं का विपणन वस्तुओं के विपणन से किस प्रकार भिन्न है।

2. (a) What are the types of buying motives of a consumer? Give suitable examples (7)

उपभोक्ता के क्रय-प्रेरणा के प्रकार क्या हैं? उपयुक्त उदाहरण दीजिए।

(b) What is market segmentation? Suggest ways to segment the market for

(i) Mobile Phone

(ii) Bicycle (4,4)

बाजार खंडीकरण क्या है? निम्नलिखित के लिए बाजार का खंडीकरण करने के तरीके सुझाएं-

(i) मोबाइल फोन

(ii) साइकिल

OR

अथवा

(a) A consumer wants to purchase a Laptop. Explain his buying decision process. (8)

एक उपभोक्ता लैपटॉप खरीदना चाहता है। उसकी खरीद निर्णय प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।

(b) Differentiate between niche marketing and segment marketing. (7)

आला विपणन और खंड (segment) विपणन के बीच अंतर कीजिए।

3. (a) What is product mix? Explain the various product mix strategies. (7)

उत्पाद मिश्रण क्या है? विभिन्न उत्पाद मिश्रण रणनीतियों की व्याख्या कीजिए।

(b) What is the significance of packaging? What are the main areas of concern? (8)

पैकेजिंग का क्या महत्व है? इसमें चिंता के मुख्य क्षेत्र क्या हैं?

OR

अथवा

(a) Differentiate between line extension and brand extensions. (8)

लाइन एक्सटेंशन और ब्रांड एक्सटेंशन के बीच अंतर कीजिए।

(b) "Product support services help the seller augment the product sold." Explain (7)

"उत्पाद समर्थन सेवाएं विक्रेता को बेचे गए उत्पाद को बढ़ाने में मदद करती हैं।" व्याख्या कीजिए।