(द) पिछले कुछ वर्षों में ग्रामीण बाजारों में जबरदस्त वृद्धि देखी गई है। ग्रामीण बाजारों में उत्पाद पेश करते समय विपणक को विपणन मिश्रण में क्या संशोधन करना चाहिए?

[This question paper contains 12 printed pages.]

Your Roll No...............

Sr. No. of Question Paper : 3061 **G**

Unique Paper Code : 52417502

Name of the Paper : Principles of Marketing, CBCS

Name of the Course : **B.Com. (P), III Year**

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** questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

Ramanujan College Library

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।

2. **सभी** प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

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. (a) "Holistic marketing requires a more representative set of marketing mix in addition to 4 Ps of Product, Price, Place and Promotion." Explain giving suitable examples.

(b) "Marketing is not merely selling". Examine the statement and discuss the nature and scope of marketing.

OR

(c) Discuss the various marketing concepts/ philosophies that help marketing managers in formulating strategies for the efficient conduct of business. Do you think that the societal marketing

OR

(c) "Advertising is a social waste". Critically examine the statement.

(d) In the last few years, rural markets have shown tremendous growth. What modifications in the marketing mix should be undertaken by marketers while offering products in rural markets?

(अ) किसी कंपनी के मार्केटिंग मैनेजर को इलेक्ट्रिक कार के एक नए ब्रांड को प्रमोट करने के लिए रणनीति बनानी होती है। एकीकृत विपणन संचार के अंतर्गत विभिन्न प्रचार मिश्रण तत्वों के मिश्रण पर चर्चा कीजिए।

(ब) डिजिटल मार्केटिंग का अर्थ समझाइये। क्या उपभोक्ता को इस प्रकार की मार्केटिंग रणनीति से महत्वपूर्ण लाभ होता है?

या

(स) "विज्ञापन एक सामाजिक बर्बादी है"। इस कथन की विवेचना कीजिए।

या

(स) "मूल्य निर्धारण किसी फर्म के विपणन मिश्रण का एक महत्वपूर्ण तत्व है।" टिप्पणी। किसी विपणक के मूल्य निर्धारण निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए।

(द) "बिचौलिए को खत्म किया जा सकता है लेकिन उनके द्वारा किए जाने वाले कार्यों को खत्म नहीं कर सकता"। टिप्पणी कीजिए। उपभोक्ता वस्तुओं के लिए विपणनकर्ता द्वारा किस प्रकार के वितरण चैनलों का उपयोग किया जाता है?

5. (a) A marketing manager of a company has to formulate strategies to promote a new brand of electric car. Discuss the blend of the various promotion mix elements under the Integrated Marketing Communication.

(b) Explain the meaning of Digital marketing. Does a consumer significantly benefit from this form of marketing strategy?

concept is at its best to be adopted by the marketer for achieving the greatest success at the marketplace?

(d) The marketing manager of the electronics goods company wants to scan the marketing environment. Explain the economic and technological environmental factors that will affect his marketing decisions.

(अ) "समग्र विपणन के लिए उत्पाद, मूल्य, स्थान और प्रचार के 4-पी के अलावा विपणन मिश्रण के अधिक प्रतिनिधि समुच्चय की आवश्यकता होती है।" उपयुक्त उदाहरण देकर समझाइये।

(ब) "विपणन का अर्थ केवल बेचना नहीं है"। इस कथन की विवेचना कीजिए और विपणन की प्रकृति और दायरे पर चर्चा कीजिए।

या

(स) विभिन्न विपणन अवधारणाओं/दर्शन पर चर्चा कीजिए जो विपणन प्रबंधकों को व्यवसाय के कुशल संचालन के लिए रणनीति तैयार करने में मदद करते हैं। क्या आपको लगता है कि बाजार में सबसे बड़ी सफलता प्राप्त करने के लिए विपणनकर्ता द्वारा अपनाई जाने वाली सामाजिक विपणन अवधारणा सर्वोत्तम है?

(द) इलेक्ट्रॉनिक्स सामान कंपनी का मार्केटिंग मैनेजर मार्केटिंग माहौल को अच्छे से समझना चाहता है। उन आर्थिक और तकनीकी पर्यावरणीय कारकों की व्याख्या कीजिए जो उसके विपणन निर्णयों को प्रभावित कीजिएगे।

2. (a) What do you mean by consumer behaviour? Discuss the buying decision process with the help of an example.

(b) What is market segmentation? Suggest suitable bases of market segmentation that benefit a marketer in determining the appropriate target audience.

(c) "Pricing is an important element of the marketing mix of a firm.". Comment. Explain the various factors influencing the pricing decisions of a marketer.

(d) "One can eliminate a middleman but cannot eliminate the functions performed by them". Comment. What are the types of distribution channels used by the marketer for consumer goods?

(अ) पेनेट्रेटिंग प्राइसिंग और स्किमिंग प्राइसिंग के बीच अंतर बताएं। किसी विपणक द्वारा लॉन्च किए गए नए मोबाइल फोन के लिए आप कौन-सी मूल्य निर्धारण रणनीति की अनुशंसा कीजिएगे?

(ब) उन कारकों पर चर्चा कीजिए जो चॉकलेट के एक लोकप्रिय ब्रांड की बिक्री के लिए लॉजिस्टिक्स का चयन करते समय एक विपणनकर्ता को प्रभावित करते हैं।

(स) उत्पाद-मिश्रण क्या है? एक विपणक के रूप में, कौन-से कारक आपके संगठन के उत्पाद-मिश्रण को प्रभावित करते हैं? एक प्रभावी उत्पाद-मिश्रण बनाए रखने के लिए आप कौन-सी रणनीति अपनाएंगे?

(द) नये उत्पाद विकास के विभिन्न चरण क्या हैं? क्या कॉन्सेप्ट टेस्टिंग और टेस्ट मार्केटिंग में कोई अंतर है?

4. (a) Distinguish between Penetrating pricing and Skimming pricing. Which of the pricing strategy would you recommend for a new mobile phone launched by a marketer?

(b) Discuss the factors that influence a marketer while choosing the logistics for the sale of a popular brand of chocolate.

OR

OR

(c) Why is it important for marketers to study the behaviour of their customers? Discuss the psychology of the consumer while he/she makes a purchase decision for clothing and accessories.

(d) "Product positioning is not what you do to a product, rather, it is what you do to the mind of the prospective buyer". Explain the statement with the help of suitable examples.

(अ) उपभोक्ता व्यवहार से आप क्या समझते हैं? एक उदाहरण की सहायता से क्रय निर्णय प्रक्रिया पर चर्चा कीजिए।

(ब) बाजार विभाजन क्या है? बाजार विभाजन के उपयुक्त आधारों का सुझाव दें जिससे विपणनकर्ता को उचित लक्षित दर्शकों का निर्धारण करने में लाभ हो।

या

(स) विपणक के लिए अपने ग्राहकों के व्यवहार का अध्ययन करना क्यों महत्वपूर्ण है? जब उपभोक्ता कपड़े और सहायक उपकरण खरीदने का निर्णय लेता है तो उसके मनोविज्ञान पर चर्चा कीजिए।

(द) "उत्पाद की स्थिति निर्धारण वह नहीं है जो आप किसी उत्पाद के साथ करते हैं, बल्कि यह वह है जो आप संभावित खरीदार के मन के लिए करते हैं", उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से कथन को स्पष्ट कीजिए।

3. (a) "A product offers a complex bundle of benefits". Explain the statement. What are the five levels to products, Explain with the help of examples.

(b) What is meant by Product Life Cycle? Enumerate the strategies that shall be adopted by a marketer at different stages of Product Life Cycle.

OR

(c) What is Product-mix? As a marketer, what factors influence the product-mix of your organisation? What strategies would you adopt to maintain an effective product-mix?

(d) What are the various stages of New Product Development? Is there any difference between Concept testing and Test marketing?

(अ) "कोई भी उत्पाद लाभों का एक जटिल बंडल प्रदान करता है"। इस कथन को स्पष्ट कीजिए। उत्पादों के पाँच स्तर क्या हैं, उदाहरणों की सहायता से समझाइये।

(ब) उत्पाद जीवन चक्र से क्या तात्पर्य है? उन रणनीतियों के बारे में बताइए जिन्हें एक विपणनकर्ता द्वारा उत्पाद जीवन चक्र के विभिन्न चरणों में अपनाया जाएगा।

या