

92535

B. Com. (Hons.) 3rd Semester w. e. f.  
Academic Session 2015-16 Onwards  
(Current Scheme)

Examination – December, 2022

PRINCIPLES OF MARKETING

Paper : BCH-3.05

Time : Three Hours ]

[ Maximum Marks : 80

Before answering the questions, candidates should ensure that they have been supplied the correct and complete question paper. No complaint in this regard, will be entertained after examination.

प्रश्नों के उत्तर देने से पहले परीक्षार्थी यह सुनिश्चित कर लें कि उनको पूर्ण एवं सही प्रश्न-पत्र मिला है। परीक्षा के उपरान्त इस संबंध में कोई भी शिकायत नहीं सुनी जायेगी।

Note : Attempt five questions in all, selecting one question from each Unit. Question No. 1 is compulsory. All questions carry equal marks.

प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न चुनते हुए, कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रश्न संख्या 1 अनिवार्य है। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. Explain the following : 2 × 8 = 16
- निम्नलिखित की व्याख्या कीजिए
- (a) Two major difference between Marketing philosophy and Marketing concept.  
विपणन दर्शन और विपणन अवधारणा के बीच दो प्रमुख अंतर।
- (b) Sociological determinant of Consumer behaviour.  
उपभोक्ता व्यवहार के समाजशास्त्रीय निर्धारक।
- (c) State the difference between Brand and Trademark.  
ब्रांड और ट्रेडमार्क के बीच अंतर बताइए।
- (d) Define Product planning & Development.  
उत्पाद योजना और विकास को परिभाषित करें।
- (e) Role of Pricing in Marketing Strategy.  
विपणन रणनीति में मूल्य निर्धारण की भूमिका।
- (f) Conventional Distribution Channels.  
पारंपरिक वितरण चैनल।
- (g) Promotion Mix.  
प्रमोशन मिक्स।
- (h) Promotional Advertising.  
प्रमोशनल विज्ञापन।

## UNIT - I

### इकाई - I

2. Explain if there is any distinction between marketing & selling. Discuss the modern concept of marketing. 16

यदि विपणन और बिक्री में कोई अंतर है तो स्पष्ट कीजिए। विपणन की आधुनिक अवधारणा पर चर्चा करें।

3. What is Consumer Behaviour ? Explain various economic determinants which influence the consumer behaviour ? 16

उपभोक्ता व्यवहार क्या है ? उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले विभिन्न आर्थिक निर्धारकों की व्याख्या कीजिए।

## UNIT - II

### इकाई - II

4. Explain the rationale and bases of market segmentation ? 16

बाजार विभाजन के औचित्य और आधारों की व्याख्या कीजिए।

5. What are the gradual stages in the lifecycle of a product ? Discuss the utility of product life cycle to a marketing manager ? 16

किसी उत्पाद के जीवनचक्र में क्रमिक चरण क्या हैं ? एक विपणन प्रबंधक के लिए उत्पाद जीवन चक्र की उपयोगिता पर चर्चा कीजिए।

## UNIT - III

### इकाई - III

6. "The success or failure of a business depends upon the product price policy". Explain this statement and state the factors to be considered while formulating the product price policy ? 16

"व्यवसाय की सफलता या असफलता उत्पाद मूल्य नीति पर निर्भर करती है"। इस कथन की व्याख्या कीजिए तथा उत्पाद मूल्य नीति बनाने समय ध्यान में रखे जाने वाले कारकों का उल्लेख कीजिए।

7. Explain various types of channels of Distribution. Discuss the role and importance of Distribution Channel. 16

वितरण के विभिन्न प्रकार के माध्यमों की व्याख्या कीजिए। वितरण माध्यम की भूमिका और महत्व पर चर्चा करें।

## UNIT - IV

### इकाई - IV

8. What is Sales Promotion ? What are the different methods used by a manufacturer to motivate the consumers ? 16

बिक्री संवर्धन क्या है ? एक निर्माता द्वारा उपभोक्ताओं को प्रेरित करने के लिए उपयोग की जाने वाली विभिन्न विधियाँ क्या हैं ?

9. Define Advertising media. Describe some important advertising media and examine their respective merits and demerits ? 16

विज्ञापन मीडिया को परिभाषित कीजिए। कुछ महत्वपूर्ण विज्ञापन माध्यमों का वर्णन कीजिए तथा उनके गुण-दोषों का परीक्षण कीजिए।