

[This question paper contains 8 printed pages.]

686

Your Roll No.

B.Com. (H) / III

C

Elective Group : EC – MARKETING,
ADVERTISING AND PERSONAL SELLING

Paper XXIII – Principles of Marketing

(Admissions of 2004 and onwards)

Time: 3 Hours

Maximum Marks: 75

*(Write your Roll No. on the top immediately
on receipt of this question paper.)*

Note :- (i) The maximum marks printed on the question paper are applicable for the candidates registered with the School of Open Learning for the B.Com. (Hons.). These marks will, however, be scaled down proportionately in respect of the students of regular colleges, at the time of posting of awards for compilation of result.

(ii) Answers may be written either in English or in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

P.T.O.

टिप्पणी : (i) इस प्रश्न-पत्र पर अंकित पूर्णांक 'स्कूल ऑफ ओपन लर्निंग' के बी. कॉम. (ऑनर्स) में प्रवेश-प्राप्त छात्रों के लिए मान्य हैं। नियमित विद्यार्थियों के लिए इन अंकों का समानुपातिक पुनर्निर्धारण परीक्षाफल तैयार करते समय किया जाएगा।

(ii) इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

Attempt all questions.

All parts of a question must be attempted together.

All questions carry equal marks.

सभी प्रश्न कीजिए।

एक प्रश्न के सभी भागों के उत्तर एक-साथ दीजिये।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. (a) What are various marketing philosophies or concept that a company may follow for marketing its products ? (8)

(b) What benefits would accrue to a marketer when he studies the relevant marketing environment for a firm ? (7)

OR

(a) 'The selling concept takes an inside-out perspective, while the marketing concept takes an outside-in perspective'. Discuss giving relevant examples. (8)

- (b) Explain the various stages in the consumer buying decision process. How can a marketing manager benefit from the study of consumer's post-purchase behaviour? (7)

(क) कंपनी अपने उत्पादों के विपणन के लिए जिन विभिन्न विपणन-दर्शनों अथवा संकल्पनाओं का अनुसरण करती है, उनका वर्णन कीजिए।

(ख) विपणनकर्ता को कौनसे लाभ मिलते हैं जब वह फर्म के लिए संगत विपणन पर्यावरण का अध्ययन करता है।

अथवा

(क) “विक्रय संकल्पना उलटा परिप्रेक्ष्य होता है जबकि विपणन संकल्पना का सीधा परिप्रेक्ष्य होता है।” संगत उदाहरणों को देकर विवेचन कीजिए।

(ख) उपभोक्ता की क्रय-निर्णय प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाओं की व्याख्या कीजिए। विपणन प्रबंधक किस प्रकार उपभोक्ता के क्रयोत्तर व्यवहार के अध्ययन से लाभ उठा सकता है?

2. (a) Why is it important for marketers to segment their target markets? Explain with suitable examples the basis of psychographic segmentation. (8)

(b) Distinguish between Concept Testing and Test Marketing. What is 'new' in new product development? (7)

P.T.O.

OR

(a) What is market segmentation ? Suggest suitable bases to segment markets for the following products :

(i) Housing Apartments

(ii) Cars (8)

(b) Briefly discuss :

(i) Packaging and Labelling

(ii) New Product Development Process

(iii) After-sales service (7)

(क) विपणनकर्ताओं के लिए अपने लक्ष्य बाजारों को खंडों में बाँटना क्यों महत्वपूर्ण है ? मनोवृत्तीय खंडीकरण के आधार की उपयुक्त उदाहरणों के साथ व्याख्या कीजिए ।

(ख) संकल्पना परीक्षण और परीक्षण-विपणन में अंतर बताइए । नए उत्पाद विकास में 'नया' क्या है ?

अथवा

(क) बाजार-खंडीकरण क्या होता है ? निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजारों को खंडों में बाँटने का उपयुक्त आधार सुझाइए :

(i) आवासीय अपार्टमेंट्स

(ii) कारें

(ख) संक्षेप में विवेचन कीजिए :

- (i) पैकेजिंग और लेबलिंग
- (ii) नए उत्पाद विकास की प्रक्रिया
- (iii) विक्रयोत्तर सेवा

3. (a) Explain cost-plus pricing and value-based pricing. (8)

(b) "Sales promotion is an important tool of promotion which supplements personal selling and advertising efforts". Explain. Discuss the benefits and limitations of sales promotion. (7)

OR

(a) "Pricing is an important element of marketing mix of a firm". Comment. Explain the various factors influencing the pricing decisions of a marketer. (8)

(b) Differentiate between :

- (i) Push vs. Pull strategy
- (ii) Advertising and Personal Selling (7)

(क) लागत और नियत लाभ कीमत निर्धारण तथा मूल्य आधारित कीमत-निर्धारण की व्याख्या कीजिए ।

- (ख) “बिक्री संवर्धन, संवर्धन का एक महत्त्वपूर्ण उपकरण है जो व्यक्तिगत बिक्री और विज्ञापन संबंधी प्रयासों का पूरक है।” व्याख्या कीजिए। बिक्री संवर्धन के लाभों और सीमाओं की विवेचना कीजिए।

अथवा

- (क) “कीमत-निर्धारण, फर्म के विपणन-मिश्र का एक महत्त्वपूर्ण तत्त्व है।” इस कथन पर टिप्पणी कीजिए। विपणक के कीमत-निर्धारण संबंधी निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए।

- (ख) अंतर बताइए :

- (i) धकेलने बनाम खींचने की रणनीति
- (ii) विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री

4. (a) What is logistics management? Explain the objectives of logistics management. (8)
- (b) ‘Despite its growing popularity the organized retail in India has its own share of problems, whereas Kirana stores (mom and pop stores) continue to offer many advantages’. Discuss. (7)

OR

- (a) Define and differentiate between intensive distribution, selective distribution and exclusive distribution.

- (b) "Store-based vs. Non-store Based Retailing is the new buzzword in retailing of products." What are new forms of retailing in India. (7)

- (क) तार्किक प्रबंध के उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए।
- (ख) लोकप्रियता में बढ़ोत्तरी के बावजूद भारत में व्यवस्थित खुदरा व्यापार की अपनी अलग समस्याएँ हैं जबकि किराना स्टोर (मॉम एण्ड पॉप स्टोर्स) अनेक लाभों को लगातार प्रस्तावित करते आ रहे हैं।" विवेचना कीजिए।

अथवा

- (क) गहन वितरण, वरणात्मक वितरण और अनन्य वितरण की परिभाषा दीजिए और अंतर बताइए।
- (ख) "स्टोर आधारित बनाम गैर स्टोर आधारित खुदरा व्यापार, उत्पादों की खुदरा बिक्री में एक नया व्यावसायिक कदम है।" भारत में खुदरा व्यापार के नए तरीके क्या हैं ?

5. Write short notes on any **three** :

- (a) Consumer Protection in India
- (b) Marketing Ethics
- (c) Online Marketing
- (d) Rural Marketing Mix
- (e) Growing importance of Rural Marketing in India

(3×5=15)

P.T.O.

OR

- (a) Of all the recent developments in marketing, green marketing outshadows all other forms of modern marketing - online marketing, social marketing and relationship marketing. (8)
- (b) How are rural markets different from urban markets? Discuss some of the major problems and challenges in rural marketing. (7)

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (क) भारत में उपभोक्ता संरक्षण
- (ख) विपणन आचार नीति
- (ग) ऑनलाइन विपणन
- (घ) ग्रामीण विपणन - निश्च
- (ङ) भारत में ग्रामीण विपणन का वर्धमान महत्त्व

अथवा

- (क) विपणन में हाल ही में हुए विकासों में से हरित विपणन आधुनिक विपणन के अन्य सभी रूपों जैसे ऑनलाइन विपणन, सामाजिक विपणन और संबंध-विपणन - के महत्त्व को कम कर देता है।
- (ख) ग्रामीण बाजार किस प्रकार शहरी बाजारों से भिन्न हैं ? ग्रामीण विपणन की मुख्य समस्याओं और चुनौतियों में से कुछ की विवेचना कीजिए।

(8000)