

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 2529

I

Unique Paper Code : 2412221101

Name of the Paper : Principles of Marketing

Name of the Course : B.A. (Prog.)

Semester : I - DSC

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. All questions carry equal marks.
3. 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 ।
2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।
3. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

1. (a) "Marketing plays a pivotal role in the growth of a business and the overall economy of a nation", do you agree with the statement, discuss it in the light of the scope and importance in the modern day marketing. (2+2+6)
- (b) Demographic factors play a crucial role in shaping the marketing strategies of a business. Discuss the key demographic variables and explain how changes in these factors can impact a company's marketing decisions. (2+2+2)

OR

- (a) Define the concept of marketing. Discuss the various stages through which marketing has evolved with examples. (2+6+2)
- (b) Describe the impact of emerging technologies such as social media and artificial intelligence on the way companies engage with their customers and measure the effectiveness of their marketing efforts. (4+4)
- (क) "विपणन किसी व्यवसाय के विकास और राष्ट्र की समग्र अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है", क्या आप इस कथन से सहमत हैं, आधुनिक समय के विपणन में इसके दायरे और महत्व के आलोक में इसकी चर्चा कीजिए।



- (ख) जनसांख्यिकीय कारक किसी व्यवसाय की विपणन रणनीतियों को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। प्रमुख जनसांख्यिकीय चरों पर चर्चा कीजिए और बताइये कि इन कारकों में परिवर्तन किसी कंपनी के विपणन निर्णयों को कैसे प्रभावित कर सकते हैं।

या

- (क) विपणन की अवधारणा को परिभाषित कीजिए। उदाहरणों के साथ विपणन के विकास के विभिन्न चरणों पर चर्चा कीजिए।
- (ख) सोशल मीडिया और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस जैसी उभरती प्रौद्योगिकियों के प्रभाव का वर्णन कीजिए जिस तरह से कंपनियाँ अपने ग्राहकों से जुड़ती हैं और अपने विपणन प्रयासों की प्रभावशीलता को मापती हैं।

2. (a) Identify and describe the various factors that can influence consumer buying decisions. Also elaborate the variety seeking behavior of buyers. (7+3)
- (b) Discuss the concept of product positioning. Explain the key elements of product positioning. (2+6)

OR

- (a) Analyze the impact of psychological factors, including perception, motivation, learning, and attitudes, on the consumer decision-making process. (4+6)

P.T.O.

(b) What is market segmentation? Discuss the different bases that can be used to segment a market. Support your answer with relevant examples. (2+4+2)

(क) उन विभिन्न कारकों की पहचान कीजिए और उनका वर्णन कीजिए जो उपभोक्ता खरीद निर्णयों को प्रभावित कर सकते हैं। खरीदारों के विविधता चाहने वाले व्यवहार को भी विस्तार से बताइये।

(ख) उत्पाद स्थिति की अवधारणा पर चर्चा कीजिए। उत्पाद स्थिति के प्रमुख तत्वों की व्याख्या कीजिए।

या

(क) उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया पर धारणा, प्रेरणा, सीखने और दृष्टिकोण सहित मनोवैज्ञानिक कारकों के प्रभाव का विश्लेषण कीजिए।

(ख) बाजार विभाजन क्या है? बाजार को विभाजित करने के लिए इस्तेमाल किए जा सकने वाले विभिन्न आधारों पर चर्चा कीजिए। प्रासंगिक उदाहरणों के साथ अपने उत्तर का समर्थन कीजिए।

3. (a) Define the concept of product. What are the various stages involved in the process of new product development?

(2+8)



- (b) Explain the concept of branding and packaging. Also elaborate the main functions performed by them. (4+4)

OR

Discuss the concept of the product life cycle and explain the different stages a product goes through with the help of a diagram. Describe the marketing strategies a company can employ to manage a product's life cycle effectively. (2+4+12)

- (क) उत्पाद की अवधारणा को परिभाषित कीजिए। नए उत्पाद विकास की प्रक्रिया में शामिल विभिन्न चरण क्या हैं?
- (ख) ब्रांडिंग और पैकेजिंग की अवधारणा की व्याख्या कीजिए। उनके द्वारा किए जाने वाले मुख्य कार्यों को भी विस्तृत कीजिए।

या

उत्पाद जीवन चक्र की अवधारणा पर चर्चा कीजिए और एक आरेख की मदद से उत्पाद के विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए। उन मार्केटिंग रणनीतियों का वर्णन कीजिए जिन्हें एक कंपनी किसी उत्पाद के जीवन चक्र को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करने के लिए नियोजित कर सकती है।

4. (a) Differentiate between skimming pricing and penetration pricing strategies. Analyze the situations in which each of these pricing approaches may be most effectively utilized.

(4+4)

- (b) What are the various types of middlemen? Explain the differences existing between a wholesaler and a retailer.

(5+5)

OR

- (b) Discuss the importance of distribution logistics decisions in a company's overall marketing strategy. What are some of the critical factors to consider when making distribution logistics decisions?

(5+5)

- (c) You are the marketing manager for a leading luxury fashion brand. The company is considering launching a new high-end handbag collection. Analyze the key factors the brand should consider when setting the pricing for this new product line.

(8)

- (क) स्किमिंग मूल्य निर्धारण और प्रवेश मूल्य निर्धारण रणनीतियों के बीच अंतर कीजिए। उन स्थितियों का विश्लेषण कीजिए जिनमें इनमें से प्रत्येक मूल्य निर्धारण दृष्टिकोण का सबसे प्रभावी ढंग से उपयोग किया जा सकता है।



- (ख) बिचौलियों के विभिन्न प्रकार क्या हैं? थोक विक्रेता और खुदरा विक्रेता के बीच मौजूद अंतरों की व्याख्या कीजिए।

या

- (क) किसी कंपनी की समग्र विपणन रणनीति में वितरण रसद निर्णयों के महत्व पर चर्चा कीजिए। वितरण रसद निर्णय लेते समय विचार करने के लिए कुछ महत्वपूर्ण कारक क्या हैं?

- (ख) आप एक प्रमुख लक्जरी फैशन ब्रांड के मार्केटिंग मैनेजर हैं। कंपनी एक नया हाई-एंड हैंडबैग संग्रह लॉन्च करने पर विचार कर रही है। इस नए उत्पाद लाइन के लिए मूल्य निर्धारण करते समय ब्रांड को किन प्रमुख कारकों पर विचार करना चाहिए, इसका विश्लेषण कीजिए।

5. (a) Explain the communication process and discuss the importance of promotion in the overall marketing strategy of a company. What are the various promotional tools used by marketers?

(4+3+3)

- (b) What is sustainable marketing, and why is it becoming increasingly important in the modern business environment? Discuss the key principles and approaches involved in sustainable marketing practices.

(2+2+4)

P.T.O.

OR

(c) Write short notes on the following (Any Three)

- (i) STP
- (ii) Difference between marketing and selling
- (iii) Advertising Vs. Publicity
- (iv) De-Marketing
- (v) Green marketing

(6+6+6)

(क) संचार प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए और किसी कंपनी की विपणन रणनीति में प्रचार के महत्व पर चर्चा कीजिए। विपणन द्वारा उपयोग किए जाने वाले विभिन्न प्रचार उपकरण क्या हैं?

(ख) संधारणीय विपणन क्या है, और आधुनिक कारोबारी माहौल में यह क्यों महत्वपूर्ण होता जा रहा है? संधारणीय विपणन प्रयत्नों में शामिल प्रमुख सिद्धांतों और दृष्टिकोणों पर चर्चा कीजिए।

अथवा

(ग) निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए (कोई तीन)

- (i) एसटीपी
- (ii) विपणन और विक्रय के बीच अंतर
- (iii) विज्ञापन बनाम प्रचार
- (iv) डी-मार्केटिंग
- (v) ग्रीन मार्केटिंग प्रश्न