

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 882

G

Unique Paper Code : 2412221101

**Name of the Paper : PRINCIPLES OF
MARKETING**

Name of the Course : B.A. UGCF

Semester : I

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. 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.

छात्रों के लिए निर्देश

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

P.T.O.

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) "Marketing is the creation and delivery of standard of living to the society ". Explain the statement in the light of the importance of marketing from the business and customer's perspective. (9)

(b) Why is analysis of the marketing environment important for marketers? Discuss the impact of demographic and cultural environment on marketing decisions. (9)

Or

(a) "Marketing mix framework of 4Ps is applicable to tangible products only and not to services." Do you agree? Discuss. (9)

(b) What is holistic marketing? Briefly explain its components. (9)

(क) "विपणन समाज को जीवन स्तर का निर्माण और वितरण है"। व्यवसाय और ग्राहक के दृष्टिकोण से विपणन के महत्व के आलोक में कथन को स्पष्ट कीजिए।

- (ख) विपणन के लिए विपणन वातावरण का विश्लेषण क्यों महत्वपूर्ण है? विपणन निर्णयों पर जनसांख्यिकीय और सांस्कृतिक वातावरण के प्रभाव पर चर्चा कीजिए।

अथवा

- (क) “4पी का विपणन मिश्रण ढांचा केवल मूर्त उत्पादों पर लागू होता है और सेवाओं के लिए नहीं” क्या आप इससे सहमत हैं? चर्चा कीजिए।

- (ख) समग्र विपणन क्या होता है? इसके घटकों को संक्षेप में समझाइए।

2. (a) Why is it important for marketers to study the behaviour of their customers? Discuss the role of social factors on a consumer purchase decision.

(9)

- (b) “Market segmentation is the process of dividing a potential market into distinct segment or sub markets of consumer with common needs and characteristics.” In the light of this statement explain the concept of market segmentation and suggest suitable ways for segmenting the market of Mobile phones.

(9)

Or

P.T.O.

(a) Briefly explain the different stages in buying decision process. Does all consumer pass through same stages in buying, say a Shampoo or a laptop? (9)

(b) Write short notes on : (9)

(i) Market positioning.

(ii) Rational and emotional buying motives.

(क) विपणक के लिए अपने ग्राहकों के व्यवहार का अध्ययन करना क्यों महत्वपूर्ण है? उपभोक्ता खरीद निर्णय पर सामाजिक कारकों की भूमिका पर चर्चा कीजिए।

(ख) “बाजार विभाजन एक संभावित बाजार को सामान्य आवश्यकताओं और विशेषताओं के साथ उपभोक्ता के खंड या उप बाजार में अलग-अलग भागों में विभाजित करने की प्रक्रिया है” इस कथन के आलोक में बाजार विभाजन की अवधारणा की व्याख्या कीजिए और मोबाइल फोन के बाजार को विभाजित करने के लिए उपयुक्त तरीके सुझाएं।

अथवा

(क) खरीद निर्णय प्रक्रिया में विभिन्न चरणों को संक्षेप में समझाएं। क्या सभी उपभोक्ता खरीदारी करने में समान चरणों से गुजरते हैं, जैसे कि शैम्पू या लैपटॉप?

(ख) निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

(i) बाजार की स्थिति।

(ii) खरीद के तर्कसंगत और भावनात्मक उद्देश्य।

3. (a) What are the stages of a Product life Cycle? Briefly discuss the characteristics along with the appropriate strategies to be used in the different stages of PLC. (9)

(b) "Packaging acts as a silent salesman". Comment and explain the advantages of packaging in marketing. (9)

Or

(a) Define branding. What are the benefits of a strong brand image to a firm and its customers? (9)

(b) What do you mean by the term labelling? What information a good label should provide to the customers? (9)

(क) किसी उत्पाद के जीवन चक्र के चरण क्या होते हैं? पीएलसी के विभिन्न चरणों में उपयोग की जाने वाली उपयुक्त रणनीतियों सहित विशेषताओं पर संक्षेप में चर्चा कीजिए।

(ख) "पैकेजिंग एक मूक विक्रेता के रूप में कार्य करता है"। टिप्पणी कीजिए और विपणन में पैकेजिंग के फायदों को स्पष्ट कीजिए।

अथवा

(क) ब्रांडिंग को परिभाषित कीजिए। किसी फर्म की गजबूत ब्रांड इमेज और उसके ग्राहकों के लिए इसका क्या लाभ है?

(ख) लेबलिंग शब्द से आप क्या समझते हैं? किसी अच्छे लेबल से ग्राहकों को क्या जानकारी प्राप्त होनी चाहिए?

4. (a) Differentiate between penetration pricing and skimming pricing. Which of the pricing strategies will you recommend for a new product? Give reasons. (9)

(b) Discuss the factors that influence the choice of a channel of distribution. Which channel would you recommend for perishable products? (9)

Or

(a) What is advertising media? Explain the various media available to an advertiser. (9)

(b) "Product pricing policy is the most important decision of a business firm". Explain the statement in the light of the factors that are to be considered while formulating an effective pricing policy for a firm. (9)

- (क) व्यापन कीमत निर्धारण और कीमत निर्धारण के बीच क्या अंतर है? किसी नए उत्पाद के लिए आप कौन-सी मूल्य निर्धारण रणनीति की सिफारिश करेंगे? कारण बताइए।
- (ख) उन कारकों पर चर्चा कीजिए जो वितरण के चैनल की पसंद को प्रभावित करते हैं। आप खराब होने वाले उत्पादों के लिए किस चैनल की सिफारिश करेंगे?

अथवा

- (क) विज्ञापन गीडिया क्या होता है? किसी विज्ञापनदाता के लिए उपलब्ध विभिन्न गीडिया की व्याख्या कीजिए।
- (ख) “उत्पाद मूल्य निर्धारण नीति एक व्यावसायिक फर्म का सबसे महत्वपूर्ण निर्णय होता है”। इस कथन को किसी फर्म के लिए प्रभावी मूल्य निर्धारण नीति तैयार करते समय विचार किए जाने वाले कारकों के आलोक में स्पष्ट कीजिए।

5. (a) “Effective communication is the essence of promotion”. Examine this statement in the light of importance of promotion in marketing. Briefly explain the components of promotion mix. (9)
- (b) What do you understand by sustainable marketing? Also mention the challenges of sustainable marketing. (9)

Or

(a) "Sales promotion acts as a bridge between advertising and personal selling" Comment. Briefly discuss the tools of consumer sales promotion.

(9)

(b) Write short notes on :

(9)

(i) Rural marketing

(ii) Digital Marketing

(क) "प्रभावी संचार प्रचार का मूल तत्व है"। विपणन में प्रचार के महत्व के आलोक में इस कथन की जाँच कीजिए। प्रचार मिश्रण के घटकों को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए।

(ख) सतत विपणन से आप क्या समझते हैं? सतत विपणन की चुनौतियों का भी उल्लेख कीजिए।

अथवा

(क) "बिक्री प्रचार विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री के बीच एक पुल के रूप में कार्य करता है" टिप्पणी कीजिए। उपभोक्ता बिक्री संवर्धन के उपकरणों पर संक्षेप में चर्चा कीजिए।

(ख) निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

(i) ग्रामीण मार्केटिंग

(ii) डिजीटल मार्केटिंग