

5. निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर व्याख्यात्मक टिप्पणी लिखिए :

(3×6=18)

(क) सतत मार्केटिंग

(ख) ग्राहक संबंध प्रबंधन

(ग) ग्रामीण मार्केटिंग

(घ) एकीकृत मार्केटिंग संचार

(ङ) संज्ञानात्मक विसंगति

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 4326

I

Unique Paper Code : 2412082303

Name of the Paper : Principles of Marketing

Name of the Course : B.Com. (H)

Semester : III, DSC, UGCF

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** question, **all** questions are compulsory.
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।

2. सभी प्रश्न कीजिए, सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
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 begins much before production and continues after production." Comment. (9)
- (b) Describe the concept of holistic marketing. Provide examples of how companies implement holistic marketing to achieve long-term success. (9)

OR

- (c) Do you think environment scanning is important for marketers? Explain with suitable examples, how environmental factors influence company's marketing strategies? (9)
- (d) Define services marketing. How does it differ from product marketing? (9)
2. (a) What is market segmentation? Suggest ways to segment the market for : (9)

अथवा

- (ग) उत्पाद जीवन चक्र (पीएलसी) अवधारणा की विवेचना कीजिए। पीएलसी के प्रत्येक चरण के लिए उपयुक्त मार्केटिंग रणनीतियाँ क्या हैं? (9)
- (घ) उत्पाद क्या होता है? किसी उत्पाद के विभिन्न स्तरों को उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए। (9)
4. (क) पैकेजिंग का महत्व क्या है? किसी उत्पाद की पैकेजिंग को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारक क्या हैं? (9)
- (ख) डिजिटल मार्केटिंग की प्रमुख अवधारणाओं और साधनों पर चर्चा कीजिए। डिजिटल मार्केटिंग पारंपरिक मार्केटिंग प्रथाओं को कैसे बदल रही है? (9)

अथवा

- (ग) प्रमोशन मिक्स से आप क्या समझते हैं? आप महिलाओं के लिए शैम्पू के लिए प्रमोशन मिक्स कैसे डिजाइन करेंगे? (9)
- (घ) थोक और खुदरा बिक्री की अवधारणाओं को स्पष्ट कीजिए। वह किस प्रकार भिन्न होती हैं और वितरण प्रक्रिया में वे क्या भूमिका निभाती हैं? (9)

2. (क) मार्केट संवर्गीकरण क्या होता है? इनके लिए मार्केट संवर्गीकरण के तरीके सुझाएं: (9)

(i) टूथपेस्ट

(ii) कार

- (ख) टारगेट मार्केटिंग से आप क्या समझते हैं? अविभाजित, विभेदित और केंद्रित मार्केटिंग रणनीतियों के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए। (9)

अथवा

- (ग) एक उपभोक्ता एक स्मार्ट फोन खरीदना चाहता है। उसकी खरीद निर्णय प्रक्रिया के बारे में बताइए। (9)

- (घ) उपभोक्ता खरीद व्यवहार को आकार देने में सांस्कृतिक और सामाजिक कारकों की भूमिका पर चर्चा कीजिए। (9)

3. (क) उन विभिन्न कारकों को स्पष्ट कीजिए जिन पर किसी फर्म के मूल्य निर्धारण निर्णय लेते समय विचार किया जाना चाहिए। (9)

- (ख) प्रोडक्ट मिक्स क्या होता है? विभिन्न प्रोडक्ट मिक्स रणनीतियों की व्याख्या कीजिए। (9)

(i) Toothpaste

(ii) Cars

- (b) What do you mean by target marketing? Differentiate between undifferentiated, differentiated, and concentrated marketing strategies. (9)

OR

- (c) A consumer wants to purchase a Smart phone. Explain his buying decision process. (9)

- (d) Discuss the role of cultural and social factors in shaping the consumer buying behaviour. (9)

3. (a) Explain the various factors that must be considered while making the pricing decision of a firm. (9)

- (b) What is product mix? Explain the various product mix strategies. (9)

OR

- (c) Discuss the product life cycle (PLC) concept. What are the marketing strategies appropriate for each stage of the PLC? (9)

- (d) What is a product? Explain the different levels of a product with examples. (9)
4. (a) What is the significance of packaging? What are the various factors affecting the packaging of a product? (9)
- (b) Discuss the key concepts and tools of digital marketing. How is digital marketing transforming traditional marketing practices? (9)

OR

- (c) What do you mean by promotion mix? How would you design a promotion mix for a shampoo for women? (9)
- (d) Explain the concepts of wholesaling and retailing. How do they differ, and what roles do they play in the distribution process? (9)
5. Write an explanatory note on **any three** of the following : (3×6=18)
- (a) Sustainable Marketing

- (b) Customer Relationship Management
- (c) Rural Marketing
- (d) Integrated Marketing Communication
- (e) Cognitive Dissonance

1. (क) "मार्केटिंग उत्पादन से बहुत पहले शुरू हो जाती है और उत्पादन के बाद भी जारी रहती है।" टिप्पणी कीजिए। (9)
- (ख) समग्र मार्केटिंग की अवधारणा का वर्णन कीजिए। दीर्घकालिक सफलता प्राप्त करने के लिए कंपनियां समग्र मार्केटिंग को कैसे लागू करती हैं, इसके उदाहरण प्रस्तुत कीजिए। (9)

अथवा

- (ग) क्या आपको लगता है कि पर्यावरण स्कैनिंग मार्केटिंग के लिए महत्वपूर्ण है? उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से स्पष्ट कीजिए कि पर्यावरणीय कारक कंपनी की मार्केटिंग रणनीतियों को कैसे प्रभावित करते हैं? (9)
- (घ) सर्विसेस मार्केटिंग को परिभाषित कीजिए। यह उत्पाद मार्केटिंग से कैसे भिन्न है? (9)