

[This question paper contains 4 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 4426

J

Unique Paper Code : 2414001007

Name of the Paper : MARKETING FOR BEGINNERS

Name of the Course : **COMMON PROG GROUP (GE) UGCF**

Semester : IV

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) Explain the various marketing philosophies by citing relevant examples for each.
- (b) Understanding the micro environment is crucial for the smooth operations of the organisation. Discuss the several factors considered under micro environment.

OR

- (a) "An understanding of the macro environment is essential for long-term marketing planning." Justify your answer by explaining several factors considered under macro environment with real-world examples.
- (b) "Marketing Mix is not same for goods and services". Do you agree with the statement? Explain the marketing mix for services. (9+9)

P.T.O.

- (क) विपणन विभिन्न दर्शनों की व्याख्या कीजिए और साथ ही सभी के उचित उदाहरण भी प्रदान कीजिए।
- (ख) संगठन के सुचारू संचालन के लिए सूक्ष्म वातावरण को समझना महत्वपूर्ण है। सूक्ष्म वातावरण के अंतर्गत विचार किए जाने वाले कई कारकों पर चर्चा कीजिए।

या

- (क) “दीर्घकालिक विपणन योजना के लिए वृहद वातावरण की समझ होना आवश्यक है।” वास्तविक दुनिया के उदाहरणों के साथ वृहद वातावरण के अंतर्गत विचार किए जाने वाले कई कारकों की व्याख्या करके अपने उत्तर की पुष्टि कीजिए।
- (ख) “माल और सेवाओं के लिए विपणन मिश्रण समान नहीं है”। क्या आप इस कथन से सहमत हैं? सेवाओं के लिए विपणन मिश्रण की व्याख्या कीजिए।
2. (a) Describe the several stages in consumer buying decision process in the case a luxury product.
- (b) Segmentation, Targeting and Positioning are the crucial steps in market selection. Explain the Segmentation, Targeting and Positioning process.

OR

- (a) Explain the factors influencing consumer's buying decisions.
- (b) Discuss the several bases for segmenting consumer markets with appropriate examples. (9+9)

- (क) लक्जरी उत्पाद के मामले में उपभोक्ता खरीद निर्णय प्रक्रिया में कई चरणों का वर्णन कीजिए।
- (ख) विभाजन, लक्ष्य निर्धारण और स्थिति निर्धारण बाजार चयन में महत्वपूर्ण चरण हैं। विभाजन, लक्ष्य निर्धारण और स्थिति निर्धारण प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।

या

- (क) उपभोक्ता के खरीद निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए।

(ख) उचित उदाहरणों के साथ उपभोक्ता बाजारों को विभाजित करने के कई आधारों पर चर्चा कीजिए।

3. (a) Explain the several stages of the product life cycle.
- (b) Explain the concept of product mix and its various components with relevant examples.

OR

- (a) Discuss the classifications of consumer product with suitable examples.
- (b) Discuss the several factors affecting price of a product. (9+9)

(क) उत्पाद जीवन चक्र के विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए।

(ख) उत्पाद मिश्रण की अवधारणा और इसके विभिन्न घटकों को प्रासंगिक उदाहरणों सहित समझाइये।

या

(क) उपयुक्त उदाहरणों सहित उपभोक्ता उत्पाद के वर्गीकरण पर चर्चा कीजिए।

(ख) किसी उत्पाद की कीमत को प्रभावित करने वाले कई कारकों पर चर्चा कीजिए।

4. (a) Penetration pricing and skimming pricing are the commonly used pricing strategies for new products. Discuss each in detail along with suitable examples.
- (b) Discuss the several factors affecting channels of distribution.

OR

- (a) Describe the main promotion tools and which one works best for service sectors.
- (b) Describe the various stages in the communication process. (9+9)

(क) नए उत्पादों के लिए प्रवेश मूल्य निर्धारण और स्किमिंग मूल्य निर्धारण आमतौर पर इस्तेमाल की जाने वाली मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ हैं। उपयुक्त उदाहरणों के साथ प्रत्येक पर विस्तार से चर्चा कीजिए।

P.T.O.

(ख) वितरण के चैनलों को प्रभावित करने वाले कई कारकों पर चर्चा कीजिए।

या

(क) मुख्य प्रचार उपकरणों का वर्णन कीजिए और बताइये कि सेवा क्षेत्रों के लिए कौन- सा सबसे अच्छा काम करता है।

(ख) संचार प्रक्रिया में विभिन्न चरणों का वर्णन कीजिए।

5. Write short notes on any **THREE** of the following :

(a) Ethical Marketing

(b) Rural Marketing

(c) Sustainable Marketing

(d) Digital Marketing

(e) Distribution Logistics Decision

(6+6+6)

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) नैतिक विपणन

(ख) ग्रामीण विपणन

(ग) सतत विपणन

(घ) डिजिटल विपणन

(ङ) वितरण लॉजिस्टिक्स निर्णय