

**Sr. No. of Question Paper** : 6339  
**Unique Paper Code** : 2412221101  
**Name of the Paper** : Principles of Marketing  
**Semester** : I

**Duration: 3 Hours**

**Maximum Marks: 90**

**Instructions for Candidates**

1. Students need to answer either (a), (b) or (c), (d).
2. **Each** part carries 9 marks.
3. **All** questions are mandatory.
4. Answer may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

**Q1.**

- a) Define marketing and explain its relevance in a fast-changing, technology-driven business environment. (9)
- b) Analyze the interplay between micro-environmental forces and a firm's marketing strategy. (9)

OR

- c) Examine the major elements of the marketing mix. How does it vary for goods vis-à-vis services? (9)
- d) Compare the societal marketing concept with the traditional marketing concept. Why is the former increasingly important today? (9)

**Q2.**

- a) Why is understanding consumer behavior crucial for marketers? Discuss with reference to digital shopping behavior. (9)
- b) Explain the cultural and social factors influencing consumer behavior with relevant examples. (9)

OR

- c) Define and discuss the concept of target market selection. What criteria should firms use to evaluate and select attractive target markets? (9)
- d) What is market segmentation? Evaluate the effectiveness of various segmentation bases used by marketers. (9)

**Q3.**

- a) Discuss the dimensions of product mix. How do companies use product mix decisions to expand market reach? (9)
- b) Explain the significance of packaging as a strategic marketing tool. Provide examples from the food and beverage industry. (9)

OR

- c) What are product support services? Illustrate how they enhance customer satisfaction and build loyalty. (9)
- d) Explain the importance of branding in differentiating products in competitive markets. (9)

**Q4.**

- a) Explain the objectives of pricing. How do these objectives guide pricing decisions in different market conditions? (9)
- b) Discuss distribution logistics and evaluate its role in ensuring product availability and customer satisfaction. (9)

OR

- c) Describe the various types of marketing intermediaries. How do they add value to the supply chain? (9)
- d) Explain the challenges faced by firms in designing an efficient distribution channel. (9)

**Q5.**

*“LearnSphere, an EdTech platform, offers personalised AI-based learning modules for university students. Despite positive feedback from early adopters, the brand suffers from low trust among new users and limited awareness outside metropolitan cities. Market research reveals that students prefer relatable communication, peer recommendations, and short-form digital content. The company wants to build credibility, increase app downloads, and position itself as a reliable academic companion”.* In light of this case answer following (5.a. and 5.b.) questions:

- a) Develop a comprehensive promotional plan for LearnSphere, using both online and offline promotional tools. Justify how each tool can influence student engagement and trust. (9)
- b) Explain the concept of sustainable and social marketing. How can LearnSphere incorporate these ideas to strengthen its brand image? (9)

OR

- c) Discuss the role and characteristics of advertising, personal selling, and public relations in service marketing. (9)
- d) Evaluate the effectiveness of influencer marketing and content marketing for a youth-centric digital brand. (9)

Q1.

- a) मार्केटिंग को डिफाइन करें और तेज़ी से बदलते, टेक्नोलॉजी से चलने वाले बिज़नेस माहौल में इसकी ज़रूरत को समझाएँ। (9)
- b) माइक्रो-एनवायरनमेंटल ताकतों और एक फर्म की मार्केटिंग स्ट्रेटेजी के बीच आपसी तालमेल को एनालाइज़ करें। (9)

या

- c) मार्केटिंग मिक्स के मुख्य एलिमेंट्स को देखें। यह सामान और सर्विस के लिए कैसे अलग होता है? (9)
- d) सोशल मार्केटिंग कॉन्सेप्ट की तुलना ट्रेडिशनल मार्केटिंग कॉन्सेप्ट से करें। आज पहले वाला इतना ज़रूरी क्यों है? (9)

Q2.

- a) मार्केटर्स के लिए कंज्यूमर बिहेवियर को समझना क्यों ज़रूरी है? डिजिटल शॉपिंग बिहेवियर के बारे में बात करें। (9)
- b) कंज्यूमर बिहेवियर पर असर डालने वाले कल्चरल और सोशल फैक्टर्स को काम के उदाहरणों के साथ समझाएँ। (9)

या

- c) टारगेट मार्केट चुनने के कॉन्सेप्ट को डिफाइन करें और उस पर बात करें। आकर्षक टारगेट मार्केट को इवैल्यूएट करने और चुनने के लिए फर्मों को किन क्राइटेरिया का इस्तेमाल करना चाहिए? (9)
- d) मार्केट सेगमेंटेशन क्या है? मार्केटर्स द्वारा इस्तेमाल किए जाने वाले अलग-अलग सेगमेंटेशन बेस के असर को इवैल्यूएट करें। (9)

Q3.

- a) प्रोडक्ट मिक्स के डाइमेंशन पर चर्चा करें। कंपनियाँ मार्केट में पहुँच बढ़ाने के लिए प्रोडक्ट मिक्स के फैसलों का इस्तेमाल कैसे करती हैं? (9)
- b) एक स्ट्रेटेजिक मार्केटिंग टूल के तौर पर पैकेजिंग की अहमियत समझाएँ। फूड और बेवरेज इंडस्ट्री से उदाहरण दें। (9)

या

- c) प्रोडक्ट सपोर्ट सर्विस क्या हैं? बताएँ कि वे कस्टमर सैटिस्फैक्शन कैसे बढ़ाती हैं और लॉयल्टी कैसे बनाती हैं। (9)
- d) कॉम्पिटिटिव मार्केट में प्रोडक्ट को अलग दिखाने में ब्रांडिंग की अहमियत समझाएँ। (9)

Q4.

- a) प्राइसिंग के मकसद समझाएँ। ये मकसद अलग-अलग मार्केट कंडीशन में प्राइसिंग के फैसलों को कैसे गाइड करते हैं? (9)
- b) डिस्ट्रीब्यूशन लॉजिस्टिक्स पर चर्चा करें और प्रोडक्ट की अवेलेबिलिटी और कस्टमर सैटिस्फैक्शन पक्का करने में इसकी भूमिका का मूल्यांकन करें। (9)

या

- c) अलग-अलग तरह के मार्केटिंग इंटरमीडियरी के बारे में बताएँ। वे सप्लाय चैन में वैल्यू कैसे जोड़ते हैं? (9)
- d) एक अच्छा डिस्ट्रीब्यूशन चैनल डिज़ाइन करने में फर्मों के सामने आने वाली चुनौतियों के बारे में बताएँ। (9)

Q5. "LearnSphere, एक EdTech प्लेटफॉर्म है, जो यूनिवर्सिटी के स्टूडेंट्स के लिए पर्सनलाइज़्ड AI-बेस्ड लर्निंग मॉड्यूल देता है। शुरुआती अपनाने वालों से मिले पॉजिटिव फीडबैक के बावजूद, ब्रांड नए यूज़र्स के बीच कम भरोसे और मेट्रोपॉलिटन शहरों के बाहर कम जागरूकता से जूझ रहा है। मार्केट रिसर्च से पता चलता है कि स्टूडेंट्स रिलेतेबल कम्युनिकेशन, साथियों की सलाह और शॉर्ट-फॉर्म डिजिटल कंटेंट पसंद करते हैं। कंपनी क्रेडिबिलिटी बनाना चाहती है, ऐप डाउनलोड बढ़ाना चाहती है, और खुद को एक भरोसेमंद एकेडमिक साथी के तौर पर बनाना चाहती है"। इस केस को देखते हुए, नीचे दिए गए (5.a. और 5.b.) सवालों के जवाब दें:

- a) ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह के प्रमोशनल टूल का इस्तेमाल करके LearnSphere के लिए एक पूरा प्रमोशनल प्लान बनाएं। बताएं कि हर टूल स्टूडेंट एंगेजमेंट और भरोसे को कैसे प्रभावित कर सकता है। (9)
- b) सस्टेनेबल और सोशल मार्केटिंग के कॉन्सेप्ट को समझाएं। LearnSphere अपनी ब्रांड इमेज को मजबूत करने के लिए इन आइडिया को कैसे शामिल कर सकता है? (9)

या

- c) सर्विस मार्केटिंग में एडवरटाइजिंग, पर्सनल सेलिंग और पब्लिक रिलेशन की भूमिका और खासियतों पर चर्चा करें। (9)
- d) यूथ-सेंट्रिक डिजिटल ब्रांड के लिए इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग और कंटेंट मार्केटिंग कितना असरदार है, इसका मूल्यांकन करें। (9)