

(iv) Ethical issues in marketing

(v) Social marketing and its impact on society

निम्नलिखित में से किसी तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए

(i) विज्ञापन (Advertising) और विपणन में इसकी भूमिका

(ii) सतत विपणन (Sustainable Marketing)

(iii) जनसंपर्क (Publicity) और बिक्री प्रोत्साहन (Sales Promotion)

(iv) विपणन में नैतिक मुद्दे (Ethical Issues in Marketing)

(v) सामाजिक विपणन (Social Marketing) और समाज पर इसका प्रभाव

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 2511

K

Unique Paper Code : 52417502

Name of the Paper : Principles of Marketing

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

Semester : V- CBCS

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

**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 ।

2511

2

2. सभी प्रश्नों का उत्तर दें। सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. सभी प्रश्नों पर समान अंक 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) Explain the meaning and scope of marketing. How does modern marketing differ from traditional marketing? (7)
- (b) Define the term "marketing mix." Explain the significance of each element of marketing mix in achieving marketing objectives. (8)

OR

- (c) Explain the concept of marketing philosophies. How do they evolve from production to societal marketing concepts? (8)
- (d) Describe the importance of technological and politico-legal environment in marketing decision-making.

2511

7

फर्मों द्वारा अपनाई जाने वाली विभिन्न मूल्य निर्धारण विधियाँ समझाइए।

- (b) वितरण लॉजिस्टिक्स (Distribution Logistics) को परिभाषित कीजिए। व्यावसायिक संचालन में इसका महत्व और प्रमुख घटक स्पष्ट कीजिए।

या / OR

- (a) प्रतिस्पर्धी बाजारों में किसी उत्पाद के मूल्य निर्धारण को कौन-कौन से कारक प्रभावित करते हैं? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।
- (b) उपभोक्ता वस्तुओं के वितरण तंत्र में थोक विक्रेताओं (Wholesalers) और खुदरा विक्रेताओं (Retailers) की भूमिका समझाइए।

5 Write a short note on any three of the following:  
(5\*3=15)

- (i) Advertising and its role in marketing
- (ii) Sustainable marketing
- (iii) Publicity and sales promotion

P.T.O.

या / OR

- (a) 'ब्रांड' की परिभाषा दीजिए। एक अच्छे ब्रांड नाम की विशेषताएँ और विपणन में ब्रांडिंग के कार्यों पर चर्चा कीजिए।
- (b) उत्पाद जीवन चक्र (Product Life Cycle) के विभिन्न चरणों पर चर्चा कीजिए और अवनति (decline) चरण के लिए उपयुक्त विपणन कार्यनीतियों के बारे में सुझाव दीजिए।

4. (a) What are the objectives of pricing? Explain different methods of pricing used by business firms. (8)
- (b) Define distribution logistics. Explain its importance and major components in business operations. (7)

OR

- (c) What factors affect the pricing of a product in competitive markets? Illustrate your answer with examples. (8)
- (d) Explain the role of wholesalers and retailers in the distribution network of consumer goods. (7)
- (a) मूल्य निर्धारण (Pricing) के उद्देश्य क्या होते हैं? व्यवसायिक

- (a) विपणन (Marketing) का अर्थ और क्षेत्र (scope) समझाइए। आधुनिक विपणन पारंपरिक विपणन से कैसे भिन्न है?

- (b) 'मार्केटिंग मिक्स' शब्द को परिभाषित कीजिए। विपणन उद्देश्यों को प्राप्त करने में मार्केटिंग मिक्स के प्रत्येक तत्व का महत्व स्पष्ट कीजिए।

या / OR

- (a) विपणन दर्शन (Marketing Philosophies) की अवधारणा समझाइए। ये उत्पादन अवधारणा से लेकर सामाजिक विपणन अवधारणा तक कैसे विकसित होती हैं?
- (b) विपणन निर्णय-निर्माण (Marketing Decision-making) में तकनीकी (Technological) तथा राजनैतिक कानूनी (Politico-legal) पर्यावरण का महत्व वर्णन कीजिए।

2. (a) What do you understand by consumer behaviour? Explain how psychological factors affect consumer buying behaviour. (7)
- (b) What is market targeting? Discuss the various factors that determine the selection of an appropriate target market. (8)

2511

4

OR

- (c) Define market segmentation. Discuss the benefits and limitations of market segmentation for a company. (7)
- (d) Explain the concept of product positioning. How can positioning errors affect marketing performance? (8)
- (a) उपभोक्ता व्यवहार (Consumer Behaviour) से आप क्या समझते हैं? मनोवैज्ञानिक (Psychological) कारक उपभोक्ता के खरीद व्यवहार को कैसे प्रभावित करते हैं?
- (b) बाजार लक्ष्यीकरण (Market Targeting) क्या है? उपयुक्त लक्ष्य बाजार के चयन को निर्धारित करने वाले विभिन्न कारकों पर चर्चा कीजिए।

या / OR

- (a) बाजार विभाजन (Market Segmentation) की परिभाषा दीजिए। किसी कंपनी के लिए बाजार विभाजन के लाभ और सीमाएँ बताइए।
- (b) उत्पाद स्थितिकरण (Product Positioning) की अवधारणा समझाइए। स्थितिकरण संबंधी त्रुटियाँ विपणन प्रदर्शन को कैसे

2511

5

प्रभावित कर सकती हैं?

3. (a) What do you mean by product mix? Explain various dimensions of product mix decisions with examples. (7)
- (b) Explain the role of packaging and labelling in marketing. How do they contribute to brand identity and consumer perception? (8)

OR

- (c) Define a "brand." Discuss the qualities of a good brand name and the functions of branding in marketing. (7)
- (d) Discuss the various stages of the Product Life Cycle and suggest appropriate marketing strategies for the decline stage. (8)
- (a) उत्पाद मिश्रण (Product Mix) से आप क्या समझते हैं? उदाहरण सहित उत्पाद मिश्रण निर्णयों के विभिन्न आयाम समझाइए।
- (b) पैकेजिंग और लेबलिंग की विपणन में क्या भूमिका है? ये ब्रांड पहचान (brand identity) और उपभोक्ता धारणा (consumer perception) में कैसे योगदान करते हैं?

P.T.O.