

Roll No.

(12/15-I)

5045

B. Com. (Gen.) EXAMINATION

(For Batch 2011 & 2012 Only)

(Third Semester)

PRINCIPLES OF MARKETING-I

BC-305

Time : Three Hours

Maximum Marks : 80

Note : Answer *five* questions in all, taking at least
Question No. 1 is compulsory. All questions
carry equal marks.

1. Explain the following in brief :

- (a) Marketing as an Art
- (b) Reference Groups
- (c) Product Commercialisation
- (d) Family Packaging

(3-07) B-5045

P.T.O.

- (e) Objectives of Labelling
 - (f) Show PLC for Stylish, Fashion and Fads Products
 - (g) Difference between Marketing and Selling
 - (h) After sales-services $8 \times 2 = 16$
2. What is meant by Marketing ? Discuss the various approaches to the study of marketing. $6,10$
 3. Explain Product differentiation and Market segmentation and also discuss their differences. $8,8$
 4. Marketing Management involves its marketing mix in relation to its external marketing Environment. Elucidate. 16
 5. "Product is the Centre point of all marketing activities." Explain and also give detailed classification of products. $6,10$
 6. What do you mean by Product Planning ? Explain its main elements and components. $4,12$

7. What are the types of Brand ? Explain in brief the various brand policies the strategies. $6,10$
8. Discuss the various stages of Product life Cycle. Suggest appropriate strategies during the growth stage of PLC. $10,6$
9. Write short notes on the following :
 - (i) Test Marketing
 - (ii) Impact of perception on Consumer behavior $8,8$

(Hindi Version)

नोट : कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रश्न क्र. 1 अनिवार्य है । सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

1. निम्नलिखित का संक्षेप में वर्णन कीजिए :
 - (अ) विपणन कला के रूप में
 - (ब) सदर्थ समूह
 - (स) उत्पाद वाणिज्यीकरण
 - (द) परिवार पैकेजिंग
 - (इ) लेवलिंग के उद्देश्य

(फ) शैलीपूर्ण, फैशनेबल तथा मोहनीय उत्पाद के जीवन-चक्र को दर्शाइए

(ग) विपणन तथा विक्रय में अन्तर

(ह) विक्रय-उपरान्त सेवाएँ $8 \times 2 = 16$

2. विपणन से क्या आशय है ? विपणन के अध्ययन के विभिन्न दृष्टिकोणों की व्याख्या कीजिए। 6,10
3. उत्पाद विभेदीकरण तथा बाजार विभक्तिकरण की व्याख्या कीजिए तथा इनके मध्य अन्तर पर भी विचार-विमर्श कीजिए। 8,8
4. विपणन प्रबन्ध अपने बाहरी पर्यावरण के अनुसार ही विपणन मिश्रण तैयार करता है। स्पष्ट कीजिए। 16
5. "उत्पाद ही समस्त विपणन क्रियाओं का केन्द्र बिन्दु है।" व्याख्या कीजिए तथा वस्तुओं का विस्तृत वर्गीकरण कीजिए। 8,10
6. उत्पाद नियोजन से आपका क्या अभिप्राय है ? इसके मुख्य तत्वों एवं अंगों का वर्णन कीजिए। 4,12
7. ब्राण्ड कितने प्रकार का होता है ? विभिन्न प्रकार की ब्राण्ड नीतियों तथा रीति-नीतियों का वर्णन कीजिए। 6,10

8. उत्पाद जीवन-चक्र की विभिन्न अवस्थाओं की व्याख्या कीजिए। उत्पाद जीवन-चक्र की विकास अवस्था के दौरान उपयुक्त रीति-नीतियों का सुझाव दीजिए। 10,6

9. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(अ) परीक्षात्मक विपणन

(ब) उपभोक्ता व्यवहार पर बोध का प्रभाव। 8,8