

PC-528
(594) M.COM (FOURTH SEMESTER)
Examination JUNE 2020
Compulsory/Optional
Group -A
Paper - I

PRINCIPLE OF MARKETING

Time:- Three Hours]

Maximum Marks : 80
 Minimum Passing Marks: 29

नोट : दोनों खण्डों से निर्देशानुसार उत्तर दीजिए। प्रश्नों के अंक उनके दाहिनी ओर अंकित हैं।

Note: Answer From Both the Section as Directed. The Figures in the right-hand margin indicate marks.

खण्ड-अ / Section -A

1. निम्नलिखित वस्तुनिष्ठ प्रश्नों के उत्तर दीजिए। **1X10 = 10**

Answer the following objective type questions :-

यह बतलाइए कि निम्नलिखित कथन "सही है" अथवा गलत है।

Indicate whether the following statement are true or false.

(a) प्रो. स्टेन्टन के अनुसार -: विपणन विचार एक दर्शन है, एक प्रवृत्ति है या एक व्यवसाय के विन्तन का तरीका है जबकि विपणन एक प्रक्रिया है या व्यवसाय के कार्य करने का एक तरीका है।
 According to prof. Stanton - "The marketing concept is a philosophy, an attitude or a course of business thinking, While marketing is a process or a course of business action.

(b) अंतः प्रेरणा क्रय से आशय उस क्रय से है जो बिना पूर्व नियोजन के किया जाना है।
 Purchase made without very much advance planning are impulse buying.

(c) उत्पाद के वर्गीकरण के आधार पर एक बी.एम.डब्लू कार विशिष्ट वस्तु न होकर सौदे की वस्तु है।
 On the basis of classification of product a BMW car is shopping product instead of speciality products.

(d) मूल्य नीतियाँ निर्देश सिद्धांत उपलब्ध कराती है जिसके अनतर्गत मूल्य रणनितियों का सूत्रीकरण तथा उन्हें क्रियान्वयन करना आता है।
 Price polices provide the quotations within which pricing strategy is formulated and implemented.

(e) भौतिक वितरण माल के वास्तविक प्रवाह एवं भण्डारण से संबंध है।
 Physical distribution involve the actual movement and storage of goods.

निम्नलिखित बहुविकल्पीय प्रश्नों के सही उत्तर चयन करके उत्तर पुस्तिका में लिखें।

Write in the answer book after selecting correct answer of the following multiple choice question.

(f) विपणन मिश्रण में सम्मिलित है:-
 (i) वस्तु और मूल्य (ii) संवर्धन (iii) भौतिक वितरण (iv) उपरोक्त सभी
 Marketing mix includes:-
 (i) Product and price (ii) Promotion (iii) Physical distribution (iv) above all
 (g) क्रय निर्णय प्रक्रिया में सम्मिलित है?
 (i) असंतुष्ट आवश्यकता को मान्यता देना (ii) विकल्पों की पहचान करना
 (iii) विकल्पों का मूल्यांकन करना (iv) उपयुक्त सभी

Buying decision process includes.

(i) Recued motion of unsatisfied needs (ii) Identification of alternatives
 (iii) Evaluation of alteration (iv) above all

(h) मार्ग पैकेजिंग समाग्री में सम्मिलित है:-

(i) जूट बोरी (ii) लकड़ी की पेटी (iii) टिन के कनस्तर (iv) उपयुक्त सभी
 Transit packaging material includes.

(i) Jute sack (ii) Wooden Boxes (iii) Tin containers (iv) Above all

(i) सूची मूल्य पर बट्टा को कहते हैं:-

(i) व्यापारिक बट्टा (ii) नगद बट्टा (iii) परिणाम बट्टा (iv) उपयुक्त सभी

Discount on listed price is called.

(i) Trade discount (ii) Cash discount (iii) Quantity discount (iv) Above all
 संक्षेप संबंधी निर्णय में कौन सा बिंदु महत्वपूर्ण है

(i) आदेश अंतर काल (ii) उपयोग दर (iii) सेवा प्रमाण (iv) उपयुक्त सभी

Which point is important in stock related decision.

2. (i) Order lead time (ii) usage rate (iii) service standards (iv) Above all
 निम्नलिखित लघु-उत्तरीय प्रश्नों के उत्तर दीजिए :— **2x5 = 10**

Answer the following short answer type questions-

(a) विपणन की परम्परागत एवं आधुनिक विचारधारा में अंतर बतलाइए?
 Distinguish between traditional and modern concepts of marketing.

(b) वितरण वातावरण से आप क्या समझते हैं।
 What do you understand by marketing environment.

(c) नवीन उत्पाद विकास क्या है?
 What is new product development?

(d) मूल्य रणनीति से आप क्या समझते हैं?
 What do you understand by pricing strategies?

(e) वाहिक प्रबंध निर्णय क्या है?
 What are channel management decisions?

खण्ड-ब / Section -B

निम्नलिखित दोष-उत्तरीय प्रश्नों के उत्तर दीजिए: **12x5 = 60**

Answer the following long answer type questions.

इकाई / Unit-I

3. विपणन क्या है? इसके उद्देश्य महत्व और कार्य को बतलाइए।
 What is marketing? Describe its objectives, importance and functions.

अथवा / Or

विपणन मिश्रण की अवधारणा समझाइए? उसके तत्वों का वर्णन कीजिए।
 Explain the concept of marketing mix? Describe its elements.

इकाई / Unit-II

4. उपभोक्ता व्यवहार क्या है? उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले घटकों को बतलाइए।
 What is consumer behaviour? Describe the factors affecting the consumer behaviour?

अथवा / Or

बाजार विभक्तिकरण के उद्देश्य और महत्व क्या है। बाजार विभक्तिकरण के आधार को समझाइए।
 What are the objective and importance of marketing segmentation? explain the criteria for marketing segmentation.

इकाई / Unit-III

5. उत्पाद जीवन चक्र की अवधारणाएं क्या हैं? उत्पाद जीवन चक्र को प्रभावित करने वाले घटकों की व्याख्या कीजिए।
 What is concepts of product life-cycle? Describe factors affecting product life-cycle.

अथवा / Or

ब्राण्ड और ट्रेडमार्क में क्या अंतर है? एक अच्छे ब्राण्ड की विशेषताएं क्या हैं? विभिन्न ब्राण्ड नीतियों को समझाइए?

What are the deference between brand and trademark? what are the essentials of a good brand?
 Explain various brand policies.

इकाई / Unit-IV

6. मूल्य निर्णयन से आप क्या समझते हैं? मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले घटकों को बतलाइए?
 What do you understand by pricing decision? Describe the factors affecting to price determination.

अथवा / Or

टिप्पणी लिखिए (कोई दो)

(i) मूल्य विभेद (ii) समविच्छोद मूल्य निर्धारण विधि (iii) पुनः विक्रय मूल्य अनुरक्षण

Write short notes (any two)

(i) Price discrimination (ii) Breakeven Pricing method (ii) Re- Sale Price maintenance

इकाई / Unit-V

7. वितरण वाहिका का अर्थ एवं प्रकार समझाइए? वितरण वाहिका चयन को प्रभावित करने वाले तत्त्वों की विवेचना कीजिए।

Explain meaning and types of distribution channels. Describe factors affecting choice of distribution channels

अथवा / Or

फुटकर विक्रेताओं के वर्गीकरण एवं कार्य को समझाइए।

Explain classification and functions of retailers .