

BCM-301
PRINCIPLES OF MARKETING
विपणन के सिद्धान्त

Bachelor of Commerce (B. Com.-17)

Third Year, Examination-2020

Time Allowed : 2 Hours

Maximum Marks : 80

Note : This paper is of Eighty (80) marks divided into Two (02) sections A and B. Attempt the question contained in these sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र अस्सी (80) अंकों का है। जो दो (02) खण्डों क तथा ख में विभाजित है। प्रत्येक खण्ड में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों को हल कीजिए।

Section-A/खण्ड- 'क'

(Long Answer type Questions/दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section- 'A' contains Five (05) Long answer type questions of Twenty (20) marks each. Learners are required to Answer any two (02) Questions only. (2×20=40)

नोट : खण्ड-‘क’ में पाँच (05) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिए गए हैं, प्रत्येक प्रश्न के लिए बीस (20) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Define the Marketing and describe the Modern concept of Marketing. How does it differ from earlier concepts ? Explain.

विपणन को परिभाषित कीजिए तथा विपणन की आधुनिक अवधारणा का वर्णन कीजिए। यह पुरानी अवधारणाओं से किस प्रकार से भिन्न है? व्याख्या कीजिए।

2. What are the different steps involved in the buying process ? Describe the role of the influencer and the decision-maker in the buying process.

क्रय प्रक्रिया में सम्मिलित विभिन्न चरण कौन-कौन से हैं? क्रय प्रक्रिया में प्रभावक और निर्णय-कर्ता की भूमिका का वर्णन कीजिए।

3. Explain the stages in the Product Life Cycle. What is the significance of Product Life Cycle in the marketing mix and in the product planning and development ? Explain.

उत्पाद के जीवन चक्र के चरणों की व्याख्या कीजिए। उत्पाद के जीवन चक्र का विपणन मिश्रण और उत्पाद योजना तथा विकास में क्या महत्व है? व्याख्या कीजिए।

4. What do you mean by Channel of Distribution ? Describe the main channels of distribution and middlemen used in a Modern Business world.

वितरण माध्यम से आपका क्या आशय है? आधुनिक व्यावसायिक जगत में अपनाए जाने वाले प्रमुख वितरण माध्यमों एवं मध्यस्थों का वर्णन कीजिए।

5. What is Advertising appeal ? What are the various types of Advertising appeals ? Describe the factors that effect the Advertising appeal.
- विज्ञापन अपील क्या है? विज्ञापन अपीलों के विभिन्न प्रकार कौन-कौन से हैं? विज्ञापन अपील को प्रभावित करने वाले घटकों का वर्णन कीजिए।

Section-B/खण्ड-ख

(Short answer type questions/ लघु उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section-B Contains Eight (08) Short answer type questions of Ten (10) marks each. Learners are required to Answer any four (04) questions only. (4×10=40)

नोट : खण्ड-‘ख’ में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिए गए हैं, प्रत्येक प्रश्न के लिए दस (10) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Relevance and importance of Marketing Management in Developing Country.
विकासशील देश में विपणन प्रबन्ध का औचित्य एवं महत्व।
2. Principles to be followed While Building a structure of Marketing Organization.

विपणन संगठन संरचना का निर्माण करते समय अपनाए जाने वाले सिद्धान्त।

3. Distinguish between Product Diversification and Market Segmentation.

उत्पाद विविधीकरण एवं बाजार विभक्तीकरण में अन्तर।

4. Techniques used in Sales Forecasting.

बिक्री पूर्वानुमान में प्रयुक्त तकनीकें।

5. Opportunities and Threats before the Organized Indian Retail Sector.

भारत के संगठित फुटकर क्षेत्र के समक्ष अवसर व चुनौतियाँ।

6. Procedure followed for Determining Price of a Product.

किसी उत्पाद का मूल्य निर्धारित करने के लिए अपनाई जाने वाली कार्यविधि।

7. Various steps to be taken for promotion of Sales in a Big Business concern.

एक बड़े व्यावसायिक गृह के विक्रय संवर्द्धन के लिए उठाए जाने वाले कदम।

8. Need and importance of International Marketing.

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन का आवश्यकता एवं महत्व।
