

Roll No. ....

**OLE-92535**

**B.Com. (Hons.) 3rd Semester  
w.e.f. Academic Session 2015-16  
Onwards (Current Scheme)  
Examination – April, 2021**

**PRINCIPLES OF MARKETING**

**Paper : BCH-3.05**

*Time : Three hours ]*

*[ Maximum Marks : 80*

*Before answering the questions, candidates should ensure that they have been supplied the correct and complete question paper. No complaint in this regard, will be entertained after examination.*

*प्रश्नों के उत्तर देने से पहले परीक्षार्थी यह सुनिश्चित कर लें कि उनको पूर्ण एवं सही प्रश्न-पत्र मिला है। परीक्षा के उपरान्त इस संबंध में कोई भी शिकायत नहीं सुनी जायेगी।*

**Note :** Attempt *five* questions in all, selecting *one* question from each Unit. Question No. 1 is *compulsory*. All questions carry equal marks.

प्रत्येक इकाई से **एक** प्रश्न का चयन करते हुए, कुल **पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रश्न संख्या 1 **अनिवार्य** है। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. (a) What are the four pillars of new marketing concept ? 2

नई विपणन अवधारणा के चार स्तंभ क्या हैं ?

- (b) Differentiate between physiological needs and social needs. 2  
शारीरिक आवश्यकताओं और सामाजिक आवश्यकताओं के बीच अंतर कीजिए।
- (c) What do you understand by Undifferentiated Marketing Strategy? 2  
आप अनडिफरेंशिएटेड मार्केटिंग स्ट्रेटजी से क्या समझते हैं ?
- (d) Explain the stages in the life cycle of a product. 2  
किसी उत्पाद के जीवन चक्र के चरणों को समझाइए।
- (e) Describe the term 'Psychological pricing'. 2  
'मनोवैज्ञानिक मूल्य निर्धारण' शब्द का वर्णन कीजिए।
- (f) Explain 'Exclusive Distribution Policy'. 2  
'विशेष वितरण नीति' की व्याख्या कीजिए।
- (g) Discuss the steps of personal selling. 2  
व्यक्तिगत बिक्री के चरणों पर चर्चा करें।
- (h) What do you mean by press advertising and outdoor advertising? 2  
प्रेस विज्ञापन और आउटडोर विज्ञापन से आपका क्या तात्पर्य है ?

## UNIT – I

### इकाई – I

2. State how marketing concept is significantly different from production concept and selling concept. Also explain the importance of marketing for different sections of the society. 16

विपणन अवधारणा, उत्पादन अवधारणा और बिक्री अवधारणा से कैसे भिन्न है, विस्तार से बताइए। समाज के विभिन्न वर्गों के लिए विपणन के महत्व की व्याख्या कीजिए।

3. What is consumer behavior ? What are the different determinants of consumer's behavior ? 16

उपभोक्ता व्यवहार क्या है ? उपभोक्ता के व्यवहार के विभिन्न निर्धारक क्या हैं ?

## UNIT – II

### इकाई – II

4. Explain in detail the concept of market segmentation. Discuss the basis for segmenting the market of a particular product. 16

बाजार विभाजन की अवधारणा के बारे में विस्तार से बताएँ। एक विशेष उत्पाद के बाजार को विभाजित करने के आधार पर चर्चा करें।

5. What do you mean by product development ? Discuss the steps that should be taken in planning and developing of a new product. 16

उत्पाद विकास से आपका क्या अभिप्राय है ? एक नए उत्पाद की योजना और विकास में उठाए जाने वाले कदमों पर चर्चा करें।

## UNIT – III

### इकाई – III

6. "The success or failure of a business depends upon the product price policy." Explain this statement and discuss the factors which affect the pricing decisions of a product. 16

“व्यवसाय की सफलता या विफलता उत्पाद की कीमत नीति पर निर्भर करती है।” इस कथन की व्याख्या करें और उन कारकों पर चर्चा करें जो किसी उत्पाद के मूल्य निर्धारण निर्णयों को प्रभावित करते हैं।

7. What do you understand by channel or distribution ? Explain various factors that influence the channel selection. 16

चैनल या वितरण से आप क्या समझते हैं ? चैनल चयन को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या करें।

#### UNIT – IV

#### इकाई – IV

8. What is sales promotion and what are the different methods used for sales promotion ? 16

सेल्स प्रमोशन क्या है और सेल्स प्रमोशन के विभिन्न विधियों की व्याख्या कीजिए।

9. "The only one and the basic objective of advertising in a company is to increase sales and profits." Do you agree ? Describe the various objective of advertising. 16

“एक कंपनी में विज्ञापन का एकमात्र और मूल उद्देश्य बिक्री और लाभ को बढ़ाना है।” क्या आप सहमत हैं ? विज्ञापन के विभिन्न उद्देश्य बताएँ।