

Unique Paper Code: **52417502**

Name of the Paper: **Principles of Marketing**

Name of the Course: **B.Com , CBCS**

Semester: **V**

Duration: **3 hours**

Maximum Marks: **75 Marks**

Instructions for Candidates

Note: Answers may be written *either* in English or in Hindi, but the same medium should be used throughout the paper.

Attempt any four questions.

All questions carry equal marks.

Q-1 What do you understand by marketing environment? Critically examine the micro and macro environmental variables which affect the decision making in an organisation.

Q-2 What is meant by consumer behaviour? Why do marketers need to study consumer behaviour? Explain how Covid 19 has impacted the consumer behaviour?

Q-3 What do you understand by pricing? Why is it the concern of a marketing manager? What are the factors that affect pricing decisions?

Q-4 Discuss the idea of product-mix. Explain the four important dimensions of width, length, depth, and consistency of product-mix using suitable examples.

Q-5 How the promotion-mix of a marketer of durable goods would be different from that of a marketer of pure service.

Q-6 "Retailing scenario in India has undergone a revolutionary change." Discuss, particularly highlighting the impact on the local kirana shops?

Unique Paper Code: **52417502**

Name of the Paper: **Principles of Marketing**

Name of the Course: **B.Com , CBCS**

Semester: **V**

Duration: **3 hours**

Maximum Marks: **75 Marks**

विद्यार्थियों के लिए निर्देश

1. किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
2. सभी प्रश्नों के अंक समान है।
3. आप अंग्रेजी या हिन्दी किसी भी माध्यम में उत्तर दे सकते हैं लेकिन सभी प्रश्नों का माध्यम एक जैसा होना चाहिए।

प्र.1 मार्केटिंगएनवायरमेंट से आप क्या समझते हैं? माइक्रो और मैक्रोएनवायरमेंट चर की महत्त्वपूर्ण जाँच कीजिए जो किसी संगठन में निर्णय लेने को प्रभावित करते हैं।

प्र.2 उपभोक्ता व्यवहार से क्या तात्पर्य है? विपणक को उपभोक्ता व्यवहार का अध्ययन करने की आवश्यकता क्यों पड़ती है? समझाइए कि कोविड-19 ने उपभोक्ता व्यवहार को कैसे प्रभावित किया है?

प्र.3 प्राइसिंग से आप क्या समझते हैं? यह किसी मार्केटिंग मैनेजर की चिंता क्यों है? ऐसे कारकों की व्याख्या कीजिए जो मूल्य निर्धारण निर्णयों को प्रभावित करते हैं?

प्र.4 प्रॉडक्ट-मिक्स के विचार पर चर्चा कीजिए। उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से किसी प्रॉडक्ट-मिक्स की चौड़ाई, लंबाई, गहराई और अनुकूलता के चार महत्वपूर्ण आयामों की व्याख्या कीजिए।

प्र.5 टिकाऊ वस्तुओं के बाजार का प्रचार-मिश्रण शुद्ध सेवा के विपणक से किस प्रकार से अलग होगा?

प्र.6 “भारत में खुदरा परिदृश्य एक क्रांतिकारी परिवर्तन से गुजर रहा है। विशेष रूप से स्थानीय किराना दुकानों पर पड़ने वाले प्रभाव को रेखांकित करते हुए, चर्चा कीजिए?