

# **NJ-1219**

**B.Com. (Part-III) Examination,**

**Mar.-Apr., 2023**

**(Optional Group - B)**

**Paper - I**

## **PRINCIPLES OF MARKETING**

***Time Allowed : Three Hours***

***Maximum Marks : 75***

***Minimum Pass Marks : 25***

**नोट :** सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

**Note :** Answer all questions. All questions carry equal marks.

### **इकाई-I / UNIT-I**

**Q. 1.** आधुनिक विपणन अवधारणा क्या है? भारत में आधुनिक विपणन अवधारणा के महत्व को समझाइए।

**What is Modern Marketing Concept ? Explain the importance of modern marketing concept in India.**

(2)

अथवा / OR

बृहत् पर्यावरणीय घटकों का विपणन निर्णयों पर पड़ने वाले प्रभाव का मूल्यांकन कीजिए।

Evaluate the impact of macro environmental factors of marketing decisions.

**इकाई-II / UNIT-II**

Q. 2. उपभोक्ता व्यवहार के अर्थ को समझाइए। इसके विभिन्न सिद्धान्तों की विवेचना कीजिए।

Explain the meaning of consumer behaviour.

Discuss the various theories underlying it.

अथवा / OR

बाजार विभक्तिकरण से आप क्या समझते हैं? इसके महत्व स्पष्ट कीजिए।

What do you mean by market segmentation?

Explain its importance.

**इकाई-III / UNIT-III**

Q. 3. मूल्य नीति किस प्रकार निर्धारित की जाती है? किसी नये उत्पाद का मूल्य निश्चित करने के लिए अपनायी जाने वाली विधियों का वर्णन कीजिए।

**NJ-1219**

(3)

How the price policy is determined? Describe the methods which are adopted for the determining pricing of a new product.

अथवा / OR

ब्राण्ड से आप क्या समझते हैं? ब्राण्ड तथा ट्रेडमार्क में अन्तर स्पष्ट कीजिए। प्रभावशाली ब्राण्ड के चयन में किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

What do you understand by brand? Explain the difference between brand and trademark. What considerations are taken in selecting an effective brand name?

**इकाई-IV / UNIT-IV**

Q. 4. एक उपभोक्ता पदार्थ जो सम्पूर्ण भारत में बिकता है, के सन्दर्भ में उन कारकों का वर्णन कीजिए जिनके आधार पर वितरण माध्यम का निर्धारण होता है।

Discuss the factors that you would like to consider for selecting channels of distribution for a consumer product which is sold all over India.

**NJ-1219**

(4)

अथवा / OR

“थोक व्यापारी उत्पादक एवं उपभोक्ता के मध्य अनावश्यक है।” विवेचना कीजिए।

“Wholesaler is an unnecessary chain between producer and consumer.” Discuss.

इकाई-V / UNIT-V

Q. 5. विपणन प्रवर्तन मिश्रण से क्या आशय है ? विपणन प्रवर्तन मिश्रण के प्रमुख संघटकों का उल्लेख कीजिए।

What do you mean by Marketing Promotion Mix ?

Describe the main components of marketing promotion mix.

अथवा / OR

वैयक्तिक विक्रय क्या है ? वैयक्तिक विक्रय की प्रविधि का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

What is Personal Selling ? Describe in brief the technique of personal selling.