

## D-7019

### M.Com. (I<sup>st</sup> Semester) Examination, 2020 COMMERCE

(Principle of Marketing)

Time Allowed : Three Hours

Maximum Marks : 70

खण्ड - अ

#### SECTION - A

नोट : किन्हीं दस प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न एक अंक का है। **10×1=10**

**Note :** Attempt any ten questions. Each question carries one mark.

**Q. 1.** (i) विपणन अवधारणा का मूलभूत उद्देश्य ग्राहक को ..... सन्तुष्टि प्रदान करना है।

The primary object of marketing concept is to provide \_\_\_\_\_ satisfaction to the consumer.

(ii) विपणन मिश्रण व्यवसाय के प्रत्येक क्षेत्र के लिए ..... होता है।

Marketing mix is \_\_\_\_\_ for every area of Business.

(2)

(iii) उपभोक्ता व्यवहार एक ..... है।

Consumer behaviour is a \_\_\_\_\_.

(iv) उत्पाद अवधारणा शब्द पहले ..... द्वारा प्रयोग में लाया गया था।

Product concept word was first used by \_\_\_\_\_.

(v) पैकेजिंग ..... में सहायता करता है।

Packaging helps in \_\_\_\_\_.

(vi) निम्नलिखित में से कौन-सा बाजार विभाजन का मनोवैज्ञानिक आधार है ?

(अ) धर्म

(ब) जीवन शैली

(स) परिवार का आकार

(द) आय

Which of the following is a psychographic basis of market segmentation ?

(a) Religion

(b) Life-style

(c) Family size

(d) Income

**(3)**

(vii) इनमें से कौन उत्पाद जीवन चक्र की अवस्था नहीं है ?

- (अ) बिक्री
- (ब) विकास
- (स) गिरावट
- (द) संतृप्ति

Which is not the stage of "PLC" ?

- (a) Sales
- (b) Growth
- (c) Decline
- (d) Saturation

(viii) ब्रांडिंग का सबसे बुनियादी कार्य है :

- (अ) अपील
- (ब) पहचान
- (स) संरक्षण
- (द) प्रतिधारण

The most basic function of branding is :

- (a) Appeal
- (b) Identification
- (c) Protection
- (d) Retention

**(4)**

(ix) निम्नलिखित में से कौन-सा मूल्य निर्धारण का उद्देश्य है ?

- (अ) लाभ अधिकतमकरण
- (ब) प्रतियोगिता से मिलन
- (स) बाजार हिस्सेदारी का अधिकतमकरण
- (द) उपरोक्त सभी

Which of the following is pricing objective ?

- (a) Profit maximisation
- (b) Meeting competition
- (c) Maximisation of market share
- (d) All of these

(x) विज्ञापन नहीं है :

- (अ) अवैयक्तिक
- (ब) जन संचार
- (स) उपभोक्ता की आदतें
- (द) पारस्परिक संचार

Advertising is not :

- (a) Impersonal
- (b) Mass communication
- (c) Buying habits of consumer
- (d) Interpersonal communication

(5)

(xi) विक्रेता जो अमूर्त उत्पादों की बिक्री करने में माहिर है :

(अ) रचनात्मक विक्रेता

(ब) सेवा विक्रेता

(स) विशेष विक्रेता

(द) उपरोक्त सभी

Salesman specializes in selling intangible products are :

(a) Creative salesman

(b) Service salesman

(c) Speciality salesman

(d) All of above

खण्ड - ब

### SECTION - B

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों का उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के 2 अंक हैं। **5×2=10**

**Note :** Attempt any five questions. Each question carries 2 marks.

**Q. 2.** Very Short Answer Type (25-30 words) :

अति लघु उत्तरीय (25-30 शब्द) :

(i) विपणन मिश्रण क्या है ?

What is marketing mix ?

**D-7019**

**P.T.O.**

(6)

(ii) उपभोक्ता व्यवहार से आप क्या समझते हैं ?

What do you mean by 'Consumer Behaviour' ?

(iii) बाजार विभक्तीकरण क्या है ?

What is 'market segmentation' ?

(iv) उत्पाद नियोजन क्या है ?

What is product planning ?

(v) मूल्य नीतियों से आपका क्या आशय है ?

What do you mean by price policies ?

(vi) ई-मार्केटिंग से क्या तात्पर्य है ?

What do you mean by E-marketing ?

(vii) वैयक्तिक विक्रय को परिभाषित कीजिए।

Define personal selling.

खण्ड - स

### SECTION - C

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों का उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के 4 अंक हैं। **5×4=20**

**Note :** Attempt any five questions. Each question carries 4 marks.

**Q. 3.** Short Answer Type (250 words) :

लघु उत्तरीय (250 शब्द) :

**D-7019**

(7)

- (i) विपणन के अर्थ को समझाइये और विपणन की परम्परागत विचारधारा बताइये।

Write the meaning of marketing and explain traditional marketing.

- (ii) वस्तु या उत्पाद से आप क्या समझते हैं ?

What do you understand by product ?

- (iii) ब्राण्ड किसे कहते हैं ? इसके क्या लाभ हैं ?

What is brand ? What is its advantages ?

- (iv) उत्पाद रेखा को स्पष्ट कीजिए।

Explain product line.

- (v) उत्पाद नवाचार के कारणों को समझाइये।

Explain reasons for product innovation.

- (vi) मूल्य का अर्थ एवं उसका विपणन मिश्रण में महत्व बताइये।

Write the meaning of price and its importance in marketing mix.

- (vii) विक्रेता के कार्यों की विवेचना कीजिए।

Discuss function of salesman.

खण्ड - द

**SECTION - D**

नोट : किन्हीं तीन प्रश्नों का उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 10 अंकों का है।

**3×10=30**

**D-7019**

**P.T.O.**

(8)

**Note :** Attempt any three questions. Each question carries 10 marks.

**Q. 4.** Essay Type (more than 500 words) :

निबन्धात्मक प्रश्न (500 शब्दों से अधिक) :

- (i) विपणन की आधुनिक परिभाषा दीजिए तथा इसके विभिन्न कार्यों की समीक्षा कीजिए।

Give the modern definition of marketing and discuss the various functions of marketing.

- (ii) उपभोक्ता व्यवहार की विभिन्न विचारधाराओं को समझाइये। Explain the various theories of consumer behaviour.

- (iii) संचार क्या है ? विपणन में संवर्धन सम्मिश्रण के महत्व को लिखिए।

What is communication ? Write the importance of promotion mix in marketing.

- (iv) "विज्ञापन पर किया गया व्यय विनियोग है, अपव्यय नहीं।" इस कथन की आलोचनात्मक व्याख्या कीजिए।

"Money spend on advertising is an investment and not a waste." Critically examine this statement.

**D-7019**

**100**