

10. उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिए।
Define consumer behaviour.
11. प्रत्यक्ष विपणन को परिभाषित करते हुए उपयुक्त उदाहरण दीजिए।
Define direct marketing with suitable examples.
12. उदाहरण के साथ पारगमन मीडिया को परिभाषित कीजिए।
Define transit media with examples.
13. विपणन की प्रकृति पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
Write a short note on nature of marketing.
14. ब्रांड मार्क और व्यापार चिह्न के बीच अंतर बताइये।
Differentiate between brand mark and trademark.

खण्ड—स

(Section—C)

15. प्रिंट मीडिया की सीमाएँ स्पष्ट कीजिए।
State the limitations of Print Media.
16. विक्रय संवर्द्धन की सीमाओं को स्पष्ट कीजिए।
State the limitations of sales promotion.
17. सूक्ष्म विपणन वातावरण का वर्गीकरण बताइये।
Give the classification of micro-marketing environment.
18. सैंडविच बोर्ड पर टिप्पणी लिखिए।
Write a note on Sandwich board.

H-2185

B. Com. (Third Year)
Term End Examination, June-July, 2017
(Group—C)
Paper First
विपणन के सिद्धान्त
(Principles of Marketing)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 70

[Minimum Pass Marks : 24

परीक्षार्थी हेतु निर्देश :

- खण्ड—अ :** प्रश्न क्रमांक 01 से 08 तक अति लघु उत्तरीय प्रश्न हैं। सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये। प्रत्येक प्रश्न के लिये 01 अंक निर्धारित है। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 1 या 2 शब्दों/1 वाक्य में दीजिये।
- खण्ड—ब :** प्रश्न क्रमांक 09 से 14 तक अति लघु उत्तरीय प्रश्न हैं। किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिये। प्रत्येक प्रश्न के लिए $2\frac{1}{2}$ अंक निर्धारित हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 75 शब्दों में दीजिये।
- खण्ड—स :** प्रश्न क्रमांक 15 से 18 तक लघु उत्तरीय प्रश्न हैं। किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिये। प्रत्येक प्रश्न के लिए 05 अंक निर्धारित हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 150 शब्दों में दीजिये।

खण्ड—द : प्रश्न क्रमांक 19 से 22 तक अर्द्ध दीर्घ उत्तरीय प्रश्न हैं। किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिये। प्रत्येक प्रश्न के लिए 10 अंक निर्धारित हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 300 शब्दों में दीजिये।

खण्ड—इ : प्रश्न क्रमांक 23 एवं 24 दीर्घ उत्तरीय प्रश्न हैं। किसी एक प्रश्न का उत्तर दीजिये। प्रत्येक प्रश्न के लिए 17 अंक निर्धारित हैं। प्रत्येक प्रश्न का उत्तर लगभग 700 शब्दों में दीजिये।

Instructions for Candidate :

Section—A : Question Nos. 01 to 08 are very short answer type questions. Attempt all questions. Each question carries 01 mark. Answer each of these questions in 1 or 2 words/1 sentence.

Section—B : Question Nos. 09 to 14 are very short answer type questions. Attempt any *four* questions. Each question carries $2\frac{1}{2}$ marks. Answer each of these questions in about 75 words.

Section—C : Question Nos. 15 to 18 are short answer type questions. Attempt any *three* questions. Each question carries 05 marks. Answer each of these questions in about 150 words.

Section—D : Question Nos. 19 to 22 are half long answer type questions. Attempt any *two* questions. Each question carries 10 marks. Answer each of these questions in about 300 words.

Section—E : Question Nos. 23 and 24 are long answer type questions. Attempt any *one* question. Each question carries 17 marks. Answer each of these questions in about 700 words.

खण्ड—अ

(Section—A)

1. विपणन को परिभाषित कीजिए।
Define Marketing.
2. जनसांख्यिकीय विभाजन क्या है ?
What is demographic segmentation ?
3. उपभोक्ता बाजार विभाजन के दो आधार लिखिए।
Write *two* bases for segmenting consumer market ?
4. उत्पाद की परिभाषा क्या है ?
Write the definition of Product.
5. मूल्य-विभेद क्या है ?
What is price-discrimination ?
6. सूची प्रबन्धन क्या है ?
What is inventory management ?
7. विज्ञापन एक भुगतान के रूप में है। स्पष्ट कीजिए।
Advertising is in the paid form. Justify.
8. सफल विक्रेता की दो विशेषताएँ बताइये।
Write *two* characteristics of a successful salesman.

खण्ड—ब

(Section—B)

9. उत्पादन अवधारणा क्या है ?
What is production concept ?

24. क्रय प्रेरणा से आप क्या समझते हैं ? समझाइये कि क्रेता-व्यवहार उत्पत्ति, मूल्य, वितरण-वाहिका और विक्रय संवर्द्धन सम्बन्धी निर्णयों को किस प्रकार प्रभावित करता है ?

What do you mean by buying motive ? Explain how does the consumer's behaviour affect the decisions relating to production, price, channel of distribution and sales promotion ?

खण्ड—द**(Section—D)**

19. संवर्द्धन मिश्रण से आप क्या समझते हैं ? संवर्द्धन मिश्रण के प्रमुख संघटकों की संक्षिप्त विवेचना कीजिए।

What do you mean by Promotion mix ? Discuss in brief the components of promotion mix.

20. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (i) विस्तृत वितरण
- (ii) चयनात्मक वितरण

Write short notes on the following :

- (i) Extensive distribution
- (ii) Selective distribution

21. बिक्री और विपणन के बीच अन्तर बताइये।

Differentiate between selling and marketing.

22. “एक फर्म के सम्पूर्ण विपणन कार्यक्रम के लिये उत्पाद नियोजन आरम्भ स्थान है।” विवेचना कीजिए।

“Product planning is a starting point for an firm’s overall marketing programme.” Discuss.

खण्ड—इ**(Section—E)**

23. उत्पाद जीवन-चक्र क्या है ? उपयुक्त उदाहरण के साथ उत्पाद जीवन-चक्र के विभिन्न चरणों को समझाइये।

What is product life-cycle ? Explain different stages of product life-cycle with suitable example.