

November - December 2015
B. Com. Vth Semester Examination
APPLIED ECONOMICS GROUP
Group B : Marketing : Principle of Marketing

Time 3 Hours]

[Max. Marks : Regular 85 / Private 100

नोट : खण्ड अ, ब तथा स सभी विद्यार्थियों नियमित एवं प्रायवेद के लिए अनिवार्य है । प्रत्येक खण्ड में दिये गये निर्देशों का पालन करें । सभी के लिये अंक विभाजन योजना प्रश्नपत्र में दशायि अनुसार होगी । दृष्टि बाधित परीक्षार्थियों के लिये 60 मिनट अतिरिक्त समय की अनुमति है ।

Section A, B and C are compulsory for all Regular and Private students. Please follow the instructions, given in each section. Marks distribution for all students are as shown in question paper. The blind candidates will be given 60 minutes extra time.

खण्ड अ : वस्तुनिष्ठ Section A : Objective

Reg. 15×1=15/Pvt. 15×1=15

बताइये निम्नलिखित कथन सत्य हैं या असत्य : State whether following statements are True or False :

1. विपणन विक्रय की तुलना में अधिक विस्तृत है ।
Marketing is more wider to Sales.
2. समष्टि विपणन अवधारणा ई. जे. केली द्वारा प्रस्तुत की गयी थी ।
Marco Marketing Concept was presented by E. J. Kelly.
3. विपणन-मिश्रण के 4P's में 'प्रक्रिया' शामिल नहीं है ।
'Process' is not among the 4P's of Marketing-Mix.
4. विभक्तीकरण 'कीमत' के आधार पर किया जा सकता है ।
Segmentation can be done on the basis of 'Price'.
5. बाजार विभक्तीकरण विपणन की नवीन अवधारणा के रूप में सन् 1940 में सामने आया ।
Market Segmentation appeared with new concept of marketing in 1940.
6. भावनात्मक प्रेरणाएँ बाहरी प्रेरणाएँ हैं ।
Emotional motives are External motives.
7. उत्पाद मिश्रण त्रि-आयामी होता है ।
Product Mix is three-dimensional.
8. विक्रय 'पी एल सी' की एक अवस्था है ।
Sales is a stage of 'PLC'.
9. रिलायंस एक ब्रांड-नाम नहीं है ।
Reliance is not a brand-name.
10. बी. ई. पी. का सूत्र कुल लागत ÷ अंशदान है ।
Formula of B. E. P. is Total Cost ÷ Contribution.
11. विपणन मिश्रण कीमत निर्धारण का एक आन्तरिक निर्धारक है ।
Marketing Mix is a internal factor of Price Determination.
12. 'एफ. ओ. आर.' का अर्थ 'फ्री ऑन रोड' है ।
'F. O. R.' mean 'Free On Road'.
13. वितरण विक्रय संवर्धन-मिश्रण का तत्व नहीं है ।
Distribution is not a element of Sales Promotion-Mix.
14. व्यक्तिगत विक्रय क्रेता से 'आमने सामने सम्बन्ध' नहीं है ।
Personal Selling is not 'Face to Face Contact' with Customers.
15. विज्ञापन क्रेता की व्यक्तिगत समस्या पर व्यक्तिगत रूप से ध्यान नहीं दे सकता है ।
Advertising can not give personal attention to individual buyer's problem.

खण्ड ब : लघु उत्तरीय Section B : Short Answer

1. विपणन का क्या महत्व है ?
What is the importance of Marketing ?
अथवा OR
विक्रय एवं विपणन में अन्तर कीजिए ।
Distinguish between Selling and Marketing.
2. उपभोक्ता व्यवहार का विपणन में क्या महत्व है ?
What is the importance of Consumer Behaviour in Marketing ?
अथवा OR
बाजार विभक्तीकरण के क्या उद्देश्य हैं ?
What are the objectives of Market Segmentation ?
3. ट्रेडमार्क का क्या महत्व है ?
What is the importance of Trade-Mark ?
अथवा OR
उत्पाद जीवन चक्र से आप क्या समझते हैं ?
What do you understand by Product Life Cycle ?
4. उत्पाद-कीमत निर्धारण से आप क्या समझते हैं ?
What do you understand by Product-Price Determination ?
अथवा OR
फुटकर व्यापारी का क्या महत्व है ?
What is the importance of Retailer ?
5. विज्ञापन के क्या उद्देश्य हैं ?
What are the objectives of Advertisement ?
अथवा OR
विक्रय संवर्धन से आप क्या समझते हैं ?
What do you understand by Sales Promotion ?

खण्ड स : दीर्घ उत्तरीय Section C : Long Answer

1. विपणन के क्षेत्र का वर्णन कीजिए ।
Describe scope of Marketing.
अथवा OR
विपणन की परम्परागत तथा आधुनिक विचारधारा की तुलना कीजिए ।
Compare Traditional and Modern Concept of Marketing.
2. उपभोक्ता व्यवहार की प्रकृति का वर्णन कीजिए ।
Describe nature of Consumer Behaviour.
अथवा OR
बाजार विभक्तीकरण का क्या महत्व है ?
What is the importance of Market Segmentation ?
3. उत्पाद नियोजन के विभिन्न चरणों को समझाइए ।
Explain various steps of Product Planning.
अथवा OR
संवेष्टन के कार्यों का वर्णन कीजिए ।
Describe functions of Packing.
4. उत्पाद की कीमत निर्धारण को प्रभावित करने वाले तत्वों का वर्णन कीजिए ।
Describe factors affecting Price-determining of a product.
अथवा OR
शोक व्यापारी की भूमिका का आलोचनात्मक परीक्षण कीजिए ।
Critically examine role of Wholesaler.
5. विक्रय-संवर्धन की विधियों का वर्णन कीजिए ।
Describe methods of Sales Promotion.
अथवा OR
एक विक्रेता के कार्यों का वर्णन कीजिए ।
Describe functions of a Salesman.