Printed Pages – 8

E-7019

M.Com. (I[st] Semester) Examination, 2021

COMMERCE

(Principle of Marketing)

Time Allowed : Three Hours

Maximum Marks : 70

खण्ड - अ

(वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

SECTION - A

(Objective Type Questions)

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

Note : Attempt all ten questions. Each question carries one mark.

Q. 1. (i) ''विपणन अवधारणा व्यवसाय का दर्शन है।'' यह कथन है .....

"Marketing concept is a philosophy of business." This statement is of _____.

(ii) विपणन मिश्रण शब्द का सबसे पहले उपयोग किया था .....।

The word marketing mix for the first time was used by _____.

(iii) ''पर्यावरण में एक ही चीज स्थायी है और वह है परिवर्तन।'' यह कथन है .....।

"In environment only one thing is fixed and that is change." This statement is of _____.

(iv) उत्पाद अवधारणा शब्द का सबसे पहले उपयोग किया था .....।

The term product concept was first used by _____.

(v) विपणन क्षेत्र के आधार पर ब्राण्ड के प्रकार होते हैं .....।

The type of brand on the basis of marketing area are _____.

(vi) उत्पाद जीवन चक्र में विपणन रीति नीतियाँ हैं :

(अ) 3

(ब) 5

(स) 7

(द) 9

Marketing strategies during product life cycle are :

(a) 3

(b) 5

(c) 7

(d) 9

Join our WhatsApp Channel for FREE Question Papers, Syllabus & Exam Updates
More papers: cguniversities.com | Tap here to join
JOIN NOW >

(vii) मूल्य नीति होती है :

(अ) उपभोक्ता के पक्ष में

(ब) सरकार के पक्ष में

(स) उत्पादक-निर्माता के पक्ष में

(द) सभी के पक्ष में

Price policy is :

(a) In favour of the consumer

(b) In favour of the Government

(c) In producer-manufacturer favour

(d) In favour of all

(viii) निम्नलिखित में से वितरण वाहिकाओं का कार्य नहीं है :

(अ) वित्त का प्रबन्ध करना

(ब) उत्पादन का प्रबन्ध करना

(स) संवर्द्धन क्रियाएँ करना

(द) मूल्य निर्धारित करना

Which of the following is not the function of channels of distribution :

(a) Managing finances

(b) Managing production

(c) Promotional activities

(d) Pricing

(ix) थोक व्यापारी सेवाएँ प्रदान करता है :

(अ) निर्माता के प्रति

(ब) फुटकर व्यापारी के प्रति

(स) समाज के प्रति

(द) फुटकर व्यापारी एवं समाज के प्रति

Wholeseller renders services towards :

(a) Wholeseller

(b) Retailer

(c) Society

(d) Retailer and society

(x) भौतिक वितरण प्रणाली के कार्यों में सम्मिलित है :

(अ) भण्डारण निर्णय

(ब) परिवहन निर्णय

(स) स्टॉक निर्णय

(द) भण्डारण, परिवहन एवं स्टॉक निर्णय

Functions of physical distribution system include :

(a) Warehousing Decision

(b) Transport Decision

(c) Inventory Decision

(d) Warehousing, Transport and Inventory Decision

Join our WhatsApp Channel for FREE Question Papers, Syllabus & Exam Updates
More papers: cguniversities.com | Tap here to join
JOIN NOW >

खण्ड - ब

(अति लघु उत्तरीय प्रश्न)

SECTION - B

(Very Short Answer Type Questions)

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों का उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के 2 अंक हैं। अधिकतम शब्द सीमा 25-30 शब्द। **5×2=10**

Note : Attempt any five questions. Each question carries 2 marks. Maximum word limit 25-30 words.

Q. 2. (i) विपणन पर्यावरण के वृहत् अंगों से क्या आशय है ?
What is meant by macro components of marketing environment ?

(ii) बाजार विभक्तिकरण के महत्त्व को समझाइए।
Explain the importance of market segmentation.

(iii) किन्हीं दो उत्पाद निर्णयों को स्पष्ट करो।
Explain any two product decision.

(iv) उत्पाद जीवन स्तर की किसी एक अवस्था को संक्षेप में बताइए।
State in brief any one stage of product life cycle.

(v) मूल्य रीति-नीतियों (व्यूह-रचनाओं) से क्या आशय है ?
What is meant by pricing strategies ?

(vi) फुटकर वितरण की विशेषताएं बताइए।
What are the characteristics of retailing ?

(vii) विपणन की ग्राहकोन्मुखी प्रक्रिया क्या है ?
What is consumer-oriented marketing process ?

खण्ड - स

(लघु उत्तरीय प्रश्न)

SECTION - C

(Short Answer Type Questions)

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों का उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के 4 अंक हैं। अधिकतम शब्द सीमा 250 शब्द। **5×4=20**

Note : Attempt any five questions. Each question carries 4 marks. Maximum word limit 250 words.

Q. 3. (i) विपणन तथा विक्रयण में अंतर बताइए।
State the difference between marketing and selling.

(ii) विपणन तथा विपणन अवधारणा में अंतर बताइए।
Explain the difference between marketing and marketing concept.

(iii) विपणन मिश्रण में परिवर्तन करना क्यों आवश्यक है ?
Why change is necessary in marketing mix ?

(iv) विपणन पर्यावरण के वृहत् एवं सूक्ष्म अंग समझाइए।
Explain macro and micro components of marketing environment.

(v) उपभोक्ता व्यवहार की गत्यात्मक क्रिया को स्पष्ट कीजिए।
Explain the dynamic activity of the consumer behaviour.

Join our WhatsApp Channel for FREE Question Papers, Syllabus & Exam Updates
More papers: cguniversities.com | Tap here to join
JOIN NOW >

(vi) उत्पाद जीवन-चक्र की प्रमुख अवस्थाओं का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

Describe in brief the main stages of product life cycle.

(vii) विभागीय भण्डार की विशेषताओं का वर्णन कीजिए।

Explain characteristics of departmental stores.

खण्ड - द

(निबन्धात्मक प्रश्न)

SECTION - D

(Essay Type Questions)

नोट : किन्हीं तीन प्रश्नों का उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 10 अंकों का हैं। अधिकतम शब्द सीमा 500 शब्द। **3×10=30**

Note : Attempt any three questions. Each question carries 10 marks. Maximum word limit 500 words.

Q. 4. (i) एक उत्पाद की कीमत निर्धारण के लिए कौन-कौन सी विधियाँ है ? आप किसकी सिफारिश करेंगे और क्यों ?

What are the various methods of pricing of a product ? Which you recommend and why ?

(ii) ''उत्पादों का मनुष्य की भाँति ही जीवन चक्र होता है।'' उपयुक्त उदाहरणों सहित कथन की वैधता का विवेचन कीजिए।

"Products, like people, have life cycle." Discuss the validity of the statement by giving suitable examples.

(iii) क्या विपणन खण्डों को समझना सभी प्रकार की वस्तुओं एवं सेवाओं के विपणन में समान रूप से मूल्यवान है ? उदाहरणार्थ, यह किसी मोटर गाड़ी निर्माता, बैंकिंग कंपनी तथा घड़ी के निर्माता के लिए किस प्रकार सहायक हो सकेगा।

Is an understanding of market segments equally valuable in marketing all kinds of goods and services ? How would it help to a automobile manufacturer, a banking company and a time manufacturer ?

(iv) ''विपणन का लक्ष्य एक निर्धारित ग्राहक की आवश्यकता की पूर्ति होना चाहिए, न कि किसी दिये हुए उत्पाद का विक्रय।'' समीक्षा कीजिए। क्या यह दोनों उद्देश्य समान नहीं है ? सोदाहरण उत्तर दीजिए।

"Marketing should aim at meeting a given customer need rather than selling a given product." Comment. Are these two aims not identical ? Illustrate your answer.

Join our WhatsApp Channel for FREE Question Papers, Syllabus & Exam Updates
More papers: cguniversities.com | Tap here to join
JOIN NOW >