

BACHELOR OF COMMERCE
(B.Com.)

Term-End Examination

June, 2022

BCOE-141 : PRINCIPLES OF MARKETING

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Note : Answer any **five** questions. All questions carry equal marks.

1. Describe various bases for segmenting consumer markets with examples. 20
2. Explain various factors which influence consumer behaviour. 20
3. “New product development involves marking out and supervising the search, screening, development and commercialisation.” Comment on the statement with suitable example. 20
4. Describe various objectives of pricing. 20
5. Explain four different geographical pricing strategies used by the marketers. 20

6. Discuss various factors influencing the choice of channel, giving suitable examples. 20
7. Compare various components of promotion mix, stating their respective advantages and disadvantages. 20
8. Write short notes on any **four** of the following : 4×5=20
- (a) Importance of Personal Selling
 - (b) Sales Promotion
 - (c) Criticism of Advertising
 - (d) Publicity
 - (e) Services Marketing
 - (f) Rural Marketing
-

वाणिज्य स्नातक
(बी.कॉम.)
सत्रांत परीक्षा
जून, 2022

बी.सी.ओ.ई.-141 : विपणन के सिद्धांत

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

1. उपभोक्ता बाज़ार के खण्डीकरण के विभिन्न आधारों का वर्णन उदाहरणों सहित कीजिए । 20
2. उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए । 20
3. “नए उत्पाद के विकास में खोज, निरीक्षण (स्क्रीनिंग), विकास एवं व्यावसायीकरण को चिह्नित करना और पर्यवेक्षण करना शामिल है ।” उपयुक्त उदाहरण से इस कथन पर टिप्पणी कीजिए । 20
4. मूल्य-निर्धारण के विभिन्न उद्देश्यों का वर्णन कीजिए । 20
5. विपणनकर्ताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली चार भिन्न भौगोलिक मूल्य-निर्धारण रणनीतियों की व्याख्या कीजिए । 20

6. उचित उदाहरण देते हुए, वितरण माध्यम के चयन को प्रभावित करने वाले विभिन्न घटकों की चर्चा कीजिए । 20
7. संवर्धन मिश्रण के विभिन्न घटकों की तुलना, उनके क्रमशः लाभ व हानियों सहित कीजिए । 20
8. निम्नलिखित में से किन्हीं चार पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 4×5=20
- (क) व्यक्तिगत विक्रय का महत्त्व
 - (ख) विक्रय संवर्धन
 - (ग) विज्ञापन की आलोचना
 - (घ) प्रचार
 - (ङ) सेवा विपणन
 - (च) ग्रामीण विपणन
-