

वाणिज्य में स्नातक (जनरल) बी. कॉम (जी.)

चयन आधारित क्रेडिट प्रणाली

बी. सी. ओ. ई. -141: विपणन के सिद्धान्त

सत्रीय कार्य
2024-25

जाँच सत्रीय कार्य की अवधि - 1st जुलाई 2024 से 30th जून 2025

पंचम सत्र



प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
मैदान गढ़ी, नई दिल्ली -1100 68



वाणिज्य में स्नातक जनरल (बी. कॉम. जी.)

चयन आधारित क्रेडिट प्रणाली

बी. सी. ओ. ई. -141: विपणन के सिद्धान्त

सत्रीय कार्य

2023-24

प्रिय छात्र/छात्राओं,

जैसा कि कार्यक्रम दर्शिका में स्पष्ट किया गया है, इस सत्रीय कार्य को तीन खंडों में विभाजित किया गया है ।
तीनों खंड अनिवार्य हैं ।

अंतिम परीक्षा में सत्रीय कार्य के लिए 30% अंक निर्धारित हैं । सत्रांत परीक्षा में बैठने योग्य होने के लिए यह आवश्यक है कि समय सूची के अनुसार आप इस सत्रीय कार्य को पूरा करके भेज दें । सत्रीय कार्य को करने से पहले आपको चाहिए कि कार्यक्रम दर्शिका में दिए गए निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ लें, जिसे आपके पास अलग से भेजा गया है ।

1. वे छात्र जो दिसम्बर 2024 की सत्रांत परीक्षा में उपस्थित हो रहे हैं । वे 15 अक्टूबर 2024 तक जमा करवायें ।
2. वे छात्र जो जून 2025 के सत्रांत परीक्षा में उपस्थित हो रहे हैं, उन्हें 15 मार्च 2025 तक जमा करवाना होगा ।

आपको सभी पाठ्यक्रमों के सत्रीय कार्य को अपने अध्ययन केंद्र के समन्वयक को प्रस्तुत करना होगा ।

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	बी. सी. ओ. ई. -141
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	विपणन के सिद्धान्त
सत्रीय कार्य का कोड	:	बी.सी.ओ. ई.-141/टी. एम. ए./2024- 25
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

खण्ड – क (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 10 अंक के हैं)

1. विपणन मिश्रण शब्द से आप क्या समझते हैं? विपणन मिश्रण के घटकों को समझाइये। (10)
2. शोध के निष्कर्षों से पता चला कि एक विशेष खाद्य तेल का सेवन स्वास्थ्य के लिए हानिकारक है। क्या यह खोज मिठाई की दुकान के लिए प्रासंगिक है? उचित कारण दीजिए? (10)
3. आपकी कंपनी 18-30 वर्ष की आयु के युवा वयस्कों के लिए ऑर्गेनिक फेशियल क्रीम की एक नई श्रृंखला लॉन्च करने की योजना बना रही है। नई उत्पाद श्रृंखला के लिए एक संक्षिप्त बाजार विश्लेषण करें। (10)
4. नए उत्पाद के लिए एक विज्ञापन अभियान तैयार करें, जिसमें लक्षित दर्शक, मुख्य संदेश, मीडिया चैनल और बजट विचार शामिल हों। (10)
5. कल्पना करें कि आपको पता चलता है कि किसी प्रतिस्पर्धी ने अपने उत्पाद के बारे में संभावित ग्राहकों को गलत जानकारी प्रदान की है। अपने विक्रय दृष्टिकोण की अखंडता को बनाए रखते हुए इस स्थिति का सामना करने के लिए आप कैसी नैतिक रणनीति अपनाएंगे? (10)

खण्ड – ख (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 6 अंक के हैं)

6. दो विशिष्ट उदाहरणों के साथ चर्चा करें कि उपभोक्ता व्यवहार को समझना नए उत्पादके सफल लॉन्च में कैसे मदद कर सकता है। (6)
7. वितरण चैनल में मध्यस्थों की भूमिका का वर्णन करें और बताएं कि वे विपणन प्रक्रिया में कैसे महत्वपूर्ण हैं। (6)
8. मूल्य निर्धारण की विधियाँ क्या हैं? मूल्य निर्धारण निर्णयों को प्रभावित करने वाले कारकों की भी व्याख्या करें। (6)
9. दो प्रसिद्ध ब्रांड के उदाहरण दें और उनके सफल होने के कारणों का वर्णन करें। (6)
10. बताएं कि आभासी वास्तविकता (वीआर) ग्राहक अनुभव को कैसे बढ़ा सकती है? वीआर का उपयोग करने वाले विपणक के लिए संभावित चुनौतियों और अवसरों का वर्णन करें। (6)

खण्ड – ग (सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। प्रत्येक प्रश्न 10 अंक के हैं)

11. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी कीजिए: (10)
(क) भौतिक वितरण माध्यम
(ख) अनुभवात्मक विपणन (Experiential Marketing)
12. निम्नलिखित के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए: (10)
(क) उपभोक्ता बाजार और संगठनात्मक बाजार
(ख) आवश्यकता (Need) और अभिप्रेरणा (Motive)