

B.Com. (Part—III) Examination
PRINCIPLES OF MARKETING
(Marketing)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 70

N.B. :— (1) ALL questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

1. Explain :

- | | |
|------------------------------------|---|
| (a) Marketing concepts. | 3 |
| (b) Selling concepts. | 3 |
| (c) Marketing mix. | 4 |
| (d) Concept of consumer behaviour. | 4 |

OR

- | | |
|---|---|
| (e) Importance of marketing in business. | 3 |
| (f) Modern marketing concept. | 3 |
| (g) Elements of Internal marketing environment. | 4 |
| (h) Concepts of market segmentation. | 4 |

2. Explain :
- (a) Types of Product. 3
 - (b) Product Development. 3
 - (c) Concepts of Brand. 4
 - (d) Trade Mark. 4

OR

- (e) Concepts of product. 3
 - (f) Stages of product. 3
 - (g) Objectives of packaging. 4
 - (h) Stages of product life stock. 4
3. (a) Explain the objectives of price and types of pricing methods. 14

OR

- (b) What do you mean by price ? Explain its importance. 14
4. (a) What do you mean by channels of distribution ? Explain the various types of channels of distribution. 14

OR

- (b) Explain the role of retailers and wholesalers in distribution channels. 14

- (ग) संवेष्टन के उद्देश्य। 4
 - (ह) उत्पाद जीवनचक्र के स्तर। 4
3. (अ) मूल्य के उद्देश्य स्पष्ट कीजिए तथा मूल्य पद्धतियों के विभिन्न प्रकार स्पष्ट कीजिए। 14

अथवा

- (ब) मूल्य से आप क्या समझते हैं ? मूल्य का महत्व स्पष्ट कीजिए। 14
4. (अ) वितरण माध्यम से आप क्या समझते हैं ? वितरण माध्यम के विभिन्न प्रकार स्पष्ट कीजिए। 14

अथवा

- (ब) छोटे तथा बड़े व्यापारियों की वितरण माध्यम में भूमिका स्पष्ट कीजिए। 14
5. स्पष्ट कीजिए :
- (अ) संवर्धन का उच्चतम मिश्र। 3
 - (ब) विज्ञापन माध्यम। 3
 - (क) प्रभावशाली विज्ञापन की विशेषताएँ। 4
 - (ड) विक्रेताओं के कार्य। 4

अथवा

- (इ) विक्रय संवर्धन संकल्पनाएँ। 3
- (फ) विज्ञापन माध्यम की मर्यादाएँ। 3
- (ग) व्यक्तिगत विक्रय। 4
- (ह) विक्रय एक पेशा। 4

(हिन्दी माध्यम)

- सूचना:— (1) सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
(2) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. स्पष्ट कीजिये :

- (अ) विपणन संकल्पना। 3
(ब) विक्रय संकल्पना। 3
(क) विपणन मिश्र। 4
(ड) ग्राहक बर्ताव संकल्पना। 4

अथवा

- (इ) व्यवसाय में विपणन का महत्व। 3
(फ) आधुनिक विपणन की संकल्पनाएँ। 3
(ग) विपणन के आंतरिक पर्यावरण घटक। 4
(ह) विपणी खंड संकल्पना। 4

2. स्पष्ट कीजिए :

- (अ) उत्पाद के प्रकार। 3
(ब) उत्पाद विकास। 3
(क) ब्रांड की संकल्पनाएँ। 4
(ड) व्यापार चिन्ह। 4

अथवा

- (इ) उत्पाद की संकल्पनाएँ। 3
(फ) उत्पाद के स्तर। 3

5. Explain :

- (a) Optimum mix of promotion. 3
(b) Advertising media. 3
(c) Characteristics of an effective advertisement. 4
(d) Functions of Salesman. 4

OR

- (e) Concepts of sales promotion. 3
(f) Limitations of Advertising media. 3
(g) Personal selling. 4
(h) Selling as a career. 4

(मराठी माध्यम)

- सूचना:— (1) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
(2) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

1. स्पष्ट करा :

- (अ) विपणन संकल्पना. 3
(ब) विक्री संकल्पना. 3

(क) विपणन मिश्रण. 4

(ड) ग्राहक वर्तणूक संकल्पना. 4

किंवा

(इ) व्यवसाय विपणन महत्व. 3

(फ) आधुनिक विपणन संकल्पना. 3

(ग) विपणनाचे आंतरिक पर्यावरण घटक. 4

(ह) बाजार हिस्सा संकल्पना. 4

2. स्पष्ट करा :

(अ) उत्पाद प्रकार. 3

(ब) उत्पाद विकास. 3

(क) ब्रॅन्डची संकल्पना. 4

(ड) व्यापार चिन्ह. 4

किंवा

(इ) उत्पाद संकल्पना. 3

(फ) उत्पाद चे स्तर. 3

(ग) संवेष्टनाचे उद्देश. 4

(ह) उत्पाद जीवनचक्राचे स्तर. 4

3. (अ) मूल्याचे उद्देश स्पष्ट करा, तसेच मूल्याच्या विविध पद्धती स्पष्ट करा. 14

किंवा

(ब) मूल्यापासून आपणास काय अर्थबोध होतो ? मूल्याचे महत्व स्पष्ट करा. 14

4. (अ) वितरण प्रणाली पासून आपणास काय अर्थबोध होतो ? वितरण प्रणालीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. 14

किंवा

(ब) किरकोळ व घाऊक व्यापाऱ्याची वितरण प्रणालीतील भूमिका स्पष्ट करा. 14

5. स्पष्ट करा :

(अ) संवर्धनाचे उत्कृष्ट मिश्रण. 3

(ब) जाहीरात माध्यम. 3

(क) प्रभावी जाहीरातीची वैशिष्ट्ये. 4

(ड) विक्रेत्याची कार्ये. 4

किंवा

(इ) विक्रय संवर्धन संकल्पना. 3

(फ) जाहीरात माध्यमाच्या मर्यादा. 3

(ग) व्यक्तीगत विक्रय. 4

(ह) विक्री एक पेशा. 4