

2025**(Session : 2022-26)***Time : 3 hours**Full Marks : 75*

Candidates are required to give their answers in their own words as far as practicable.

परीक्षार्थी यथासंभव अपने शब्दों में ही उत्तर दें ।

The figures in the margin indicate full marks.

उपांत के अंक पूर्णांक के द्योतक हैं ।

Answer from both the Sections as directed.

निर्देशानुसार दोनों खण्डों से उत्तर दें ।

Section – A**खण्ड – अ**

1. State whether the following statements are 'True' or 'False': 1×5 = 5

निम्नलिखित कथनों में से कौन 'सत्य' हैं या 'असत्य'; बताएँ :

- (a) Marketing is only a post-production activity.

विपणन केवल उत्पादन-पश्चात् की गतिविधि है ।

(b) Customer value is the relationship between company profits and costs.

ग्राहक मूल्य कंपनी के मुनाफे और लागत की बीच का संबंध है।

(c) Marketing research is a one-time activity.

विपणन अनुसंधान एक बारगी गतिविधि है।

(d) Supplies are considered a macro-environmental factor impacting a company's marketing decisions.

आपूर्तिकर्ताओं की समष्टि वातावरण कारक माना जाता है जो किसी कंपनी के विपणन निर्णयों को प्रभावित करता है।

(e) Logistics decisions are part of the 'Promotion' component of the marketing mix.

रसद निर्णय विपणन मिश्रण के संवर्द्धन घटक का हिस्सा है।

2. Difference between packaging and labeling. 5

पैकेजिंग और लेबलिंग के बीच अंतर स्पष्ट करें।

3. Explain the stages in consumers buying decision process. 5

उपभोक्ता की खरीदारी निर्णय प्रक्रिया के चरणों की व्याख्या करें।

HD - 102/3

(2)

Contd.

Section - B

खण्ड - ब

Answer any four questions of the following :

15×4 = 60

निम्नलिखित में से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दें :

4. Define Marketing. Explain the scope and importance of marketing in the modern business environment.

विपणन को परिभाषित करें। आधुनिक व्यावसायिक वातावरण में विपणन के दायरे और महत्व की व्याख्या करें।

5. Describe the communication process in marketing. What are the major barriers to effective communication and how can a marketer overcome them? विपणन में संचार प्रक्रिया का वर्णन करें। प्रभावी संचार के प्रमुख बाधाएँ क्या हैं और एक विपणक उन्हें कैसे दूर कर सकता है ?

6. Explain the concept of Product Life Cycle (PLC) and its various stages and outline the specific marketing strategies for each stage.

उत्पाद जीवन चक्र और उसके विभिन्न चरणों की अवधारणा की व्याख्या करें और प्रत्येक चरण के लिए विशिष्ट विपणन रणनीति की रूपरेखा बताएँ।

HD - 102/3

(3)

(Turn over)

7. Discuss, in details, the various internal and external factors that affect the pricing of a product.

किसी उत्पाद के मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले विभिन्न आंतरिक और बाहरी कारकों के बारे में विस्तार से चर्चा करें ।

8. What is a channel of distribution ? Explain the various types and functions of marketing channels, including the roles of wholesalers and retailers.

वितरण का चैनल क्या है ? थोक विक्रेताओं और खुदरा विक्रेताओं की भूमिकाओं सहित विपणन चैनलों के विभिन्न प्रकारों और कार्यों की व्याख्या करें ।

9. Write short notes on any **two** of the following :

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखें :

(a) Rural Marketing

ग्रामीण विपणन

(b) Social Marketing

सामाजिक विपणन

(c) Market Segmentation

बाजार विभाजन

(d) Marketing Mix

विपणन मिश्रण

