

Seat No. : \_\_\_\_\_

# XQ-120-H

B.Com. Sem. II

April-2013

## 107 – Fundamentals of Marketing Management

Hindi Version

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

1. (अ) मार्केटिंग की परिभाषा दीजिए और मार्केटिंग के लक्षण समझाइए । 6  
अथवा  
विक्रय व मार्केटिंग के बीच अन्तर समझाइए ।
- (ब) बाजार प्रक्रिया के चार (P) घटक समझाइए । 4  
अथवा  
ग्राहकोन्मुख मार्केटिंग का विचार समझाइए ।
- (स) ऋण माँग व गुप्त माँग समझाइए । 4  
अथवा  
बाजार माँग के अनुमानों को प्रभावित करने वाले परिबलों को समझाइए ।
2. (अ) विज्ञापन और प्रचार के बीच अन्तर समझाइए । 6  
अथवा  
ब्रांडिंग से उत्पादक या व्यापारी को होने वाले लाभों को समझाइए ।
- (ब) विज्ञापन के विविध माध्यमों को समझाइए । 4  
अथवा  
कीमत निर्णय को प्रभावित करने वाले परिबलों को समझाइए ।
- (स) ब्रांडिंग के प्रकारों को उदाहरण सहित समझाइए । 4  
अथवा  
प्रतिस्पर्धी कीमत नीति को समझाइए ।
3. (अ) ग्राहक व्यवहार को आर्थिक परिबल प्रभावित करते हैं । संक्षिप्त में समझाइए । 6  
अथवा  
बाजार विभाजन का अर्थ दीजिए तथा बाजार विभाजन का महत्त्व समझाइए ।
- (ब) मनोवैज्ञानिक परिबल ग्राहक व्यवहार को प्रभावित करते हैं, समझाइए । 4  
अथवा  
खरीदी के बाद का व्यवहार समझाइए ।

- (स) सामाजिक परिबल ग्राहक व्यवहार को प्रभावित करते हैं, संक्षिप्त में समझाइए । 4
- अथवा**
- बाजार विभाजन के पाँच लाभों को समझाइए ।
4. (अ) मार्केटिंग अनुसंधान की प्रक्रिया के सोपान समझाइए । 6
- अथवा**
- मार्केट अनुसंधान तथा मार्केटिंग अनुसंधान में अन्तर समझाइए ।
- (ब) मार्केटिंग अनुसंधान के महत्त्व की चर्चा कीजिए । 4
- अथवा**
- मार्केटिंग अनुसंधान की नैतिक समस्याओं की चर्चा कीजिए ।
- (स) प्रतिक्रिया देनेवाले के अधिकारों पर टिप्पणी दीजिए । 4
- अथवा**
- मार्केटिंग अनुसंधान की मर्यादाओं की चर्चा कीजिए ।
5. निम्न प्रश्नों के संक्षिप्त में जवाब दीजिए : (प्रत्येक प्रश्न का 1 अंक) 14
- (1) मार्केटिंग क्या है ?
  - (2) ब्रान्डिंग से ग्राहक को होने वाले चार लाभ लिखिए ।
  - (3) भविष्य की माँग का पूर्वानुमान करने की विधियों का वर्णन कीजिए ।
  - (4) हानिकारक माँग को समझाइए ।
  - (5) विज्ञापन के चार लाभों को समझाइए ।
  - (6) लागत प्रेरित कीमत नीति किसे कहते हैं ?
  - (7) मार्केट लक्ष्य किसे कहते हैं ?
  - (8) मार्केटिंग संचालन में कीमत निर्णय के मुख्य उद्देश्यों की चर्चा कीजिए ।
  - (9) विज्ञापन द्वारा ग्राहकों को धोखा दिया जाता है ।
  - (10) ग्राहक की खरीद निर्णय के सोपानों की चर्चा कीजिए ।
  - (11) बाजार विभाजन के जनसंख्या विषयक आधारों की चर्चा कीजिए ।
  - (12) मार्केटिंग अनुसंधान क्या है ?
  - (13) नैतिकता के लक्षणों का उल्लेख कीजिए ।
  - (14) मार्केटिंग अनुसंधान उद्देश्यलक्षी प्रवृत्ति है ।