5. Explain in detail : **15**

(a) Undifferentiated marketing strategy

(b) Differentiated marketing strategy

विस्तार से बताइए :

(अ) अविभाजित विपणन रणनीति

(ब) विभाजित विपणन रणनीति

Unit III (इकाई III)

6. What is consumers behaviour ? What are the different determinants of consumer behaviour ? **15**

उपभोक्ता व्यवहार क्या है ? उपभोक्ता व्यवहार के विभिन्न निर्धारकों की व्याख्या कीजिए ।

7. Explain the process of test marketing by giving an example. **15**

परीक्षण विपणन (Test Marketing) की प्रक्रिया को किसी उदाहरण के माध्यम से समझाइए ।

No. of Printed Pages : 05 Roll No. .....

52033

B.Com. Gen., Hons. and Voc.

EXAMINATION, 2026

(Second Semester)

(Re-appear Only)

FUNDAMENTALS OF MARKETING

BC-203

Time : 3 *Hours*] [*Maximum Marks :* 80

Before answering the question-paper, candidates must ensure that they have been supplied with correct and complete question-paper. No complaint, in this regard will be entertained after the examination.

Note : Attempt *Five* questions in all, selecting *one* question from each Unit. Q. No. **1** is compulsory.

प्रत्येक इकाई से **एक** प्रश्न चुनते हुए, कुल **पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रश्न क्र. **1** अनिवार्य है ।

Compulsory Question (अनिवार्य प्रश्न)

1. (i) Selling *vs.* Marketing.

विक्रय **बनाम** विपणन

(ii) Define product mix.

उत्पाद मिश्रण को परिभाषित कीजिए ।

(iii) Differentiate between shopping products and speciality products.

खरीदारी उत्पाद और विशेषता उत्पाद में अंतर स्पष्ट कीजिए ।

(iv) Four characteristics of a good label.

अच्छे लेबल की चार विशेषताएँ लिखिए ।

(v) Explain penetration price strategy. **5×4=20**

प्रवेश मूल्य निर्धारण रणनीति की व्याख्या कीजिए ।

Unit I (इकाई I)

2. "Marketing begins before production and continues even after sales." Discuss. **15**

"विपणन उत्पादन से पहले शुरू होता है और बिक्री के बाद भी जारी रहता है ।" इस कथन पर चर्चा कीजिए ।

3. Define marketing concept. Explain different concepts of marketing. **15**

विपणन की संकल्पना को परिभाषित कीजिए । विपणन की विभिन्न संकल्पनाओं की व्याख्या कीजिए ।

Unit II (इकाई II)

4. Why is it necessary to scan a marketing environment ? Explain external forces of a marketing environment. **15**

विपणन पर्यावरण का विश्लेषण करना क्यों आवश्यक है ? विपणन पर्यावरण की बाह्य शक्तियों की व्याख्या कीजिए ।

Unit IV (इकाई IV)

8. What do you mean by product life-cycle ? Explain its various stages. Is there any utility of it to the marketing manager ? **15**

उत्पाद जीवन-चक्र से आप क्या समझते हैं ? इसके विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए । क्या इसका विपणन प्रबंधक के लिए कोई उपयोग है ?

9. What are the factors influencing pricing ? Explain the pricing procedure. **15**

मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारक कौन-कौनसे हैं ? मूल्य निर्धारण की प्रक्रिया को समझाइए ।

❖❖❖❖❖❖❖

Unit IV (इकाई IV)

8. What do you mean by product life-cycle ? Explain its various stages. Is there any utility of it to the marketing manager ? **15**

उत्पाद जीवन-चक्र से आप क्या समझते हैं ? इसके विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए । क्या इसका विपणन प्रबंधक के लिए कोई उपयोग है ?

9. What are the factors influencing pricing ? Explain the pricing procedure. **15**

मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारक कौन-कौनसे हैं ? मूल्य निर्धारण की प्रक्रिया को समझाइए ।

❖❖❖❖❖❖❖