

W-520(A)/W-521(A)**B.Com. (Third Year) Examination, (Second Chance) March/April-2020****APPLIED ECONOMICS****Paper - I & II****Principles of Marketing / International Marketing***Time : Three Hours**Maximum Marks : 40+40=80 (For Regular Students)**Minimum Pass Marks : 33%**Maximum Marks : 50+50=100 (For Private Students)**Minimum Pass Marks : 33%***नोट :** सभी प्रश्न हल कीजिये।**Note :** Attempt **all** questions.**खण्ड-अ / Section-A**

- Q.1. विपणन अवधारणा से आपका क्या आशय है? विपणन की उत्पादन अभिमुखी अवधारणा एवं ग्राहकोन्मुखी अवधारणा में अन्तर बताइये। 13/16
What do you understand by marketing concept? Explain the difference between production oriented concept and consumer oriented concept.
- Q.2. उपभोक्ता व्यवहार के क्षेत्र एवं महत्त्व को समझाइये। 13/17
Explain scope and importance of consumer behaviour.
- Q.3. ब्राण्ड किसे कहते हैं? एक वस्तु के ब्रान्डिंग के लाभों का वर्णन कीजिए। 14/17
What is Brand? Discuss the advantages of Branding of product.

खण्ड-ब / Section-B

- Q.4. अन्तर्राष्ट्रीय बाजार के स्वभाव एवं क्षेत्र को समझाइए। 13/16
Explain nature and scope of International Marketing.
- Q.5. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में उत्पाद का नियोजन क्या होता है? इसकी आवश्यकता क्यों होती है? समझाइए। 13/17
What is product planning for International Marketing? Why is it needed? Discuss.
- Q.6. अन्तर्राष्ट्रीय कीमत निर्धारण को परिभाषित कीजिए एवं अन्तर्राष्ट्रीय कीमतों को प्रभावित करने वाले घटक बताइए। 14/17
Define International pricing and factors influencing International price.

