

Roll No.

Y – 490/Y-491(S)

B.Com. (Third Year) EXAMINATION, (Suppl./Second Chance) Sept.-2021

APPLIED ECONOMICS (B)

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 कीजिए।

Attempt *all* questions.

खण्ड 'अ'

(Section 'A')

1. विपणन की प्रकृति, क्षेत्र तथा महत्व को समझाइए। 13/16
Explain the nature, scope and importance of marketing.
2. उपभोक्ता व्यवहार का क्षेत्र तथा महत्व समझाइए। 13/17
Explain the scope and importance of consumer behaviour.
3. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिये : 14/17
(अ) उपभोक्ता एवं औद्योगिक माल
(ब) उत्पाद नियोजन तथा विकास।
Write short notes on the following :
(a) Consumer and industrial goods
(b) Product planning and development.

खण्ड 'ब'

(Section 'B')

4. घरेलू विपणन व अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में अन्तर्भेद कीजिए। 13/16
Differentiate between Domestic Marketing and International Marketing.
5. नये उत्पाद का विकास करने में कौनसे कदम उठाये जाते हैं ? 13/17
What steps are involved in development of a new product ?
6. निर्यात विपणन में मूल्य निर्धारण के कौन-से विभिन्न उद्देश्य हो सकते हैं ? 14/17
What can be different pricing objectives in export marketing ?

Y – 490/Y-491(S)