

2018

PRINCIPLES OF MARKETING

[Honours]

PAPER –MH2

Full Marks : 100

Time : 3 hours

*The figures in the right-hand margin indicate marks
Candidates are required to give their answers in their
own words as far as practicable*

Illustrate the answers wherever necessary

1. Answer any *five* of the following questions : 4 × 5
 - (a) What are the adverse effects of advertising ?
 - (b) Discuss the importance of sales promotion.
 - (c) What is Marketing Mix ?
 - (d) What do you mean by penetration pricing strategy ?

(Turn Over)

- (e) Define packaging.
- (f) Mention various problems in rural marketing in India.
- (g) Why is branding necessary ?
- (h) What are the sources of primary data ?
- (i) Distinguish between advertisement and publicity.
- (j) Write a short note on competitive pricing.

2. Answer any *five* of the following questions : 8 × 5

- (a) 'Middlemen are indispensable parasites in Indian distribution system' – Discuss.
- (b) What are the factors to be considered while selecting the package ?
- (c) Write note on "Market intelligence" and "Marketing myopia".
- (d) Write a note on analysis of consumer behaviour.

- (e) Write a note on buying decision process of new product.
- (f) Explain the benefits and doubts about market segmentation.
- (g) What are the characteristics of services ?
- (h) Explain the role of WTO in rural marketing.
- (i) What are the points that should be considered at the time of choosing a distribution channel ?
- (j) Discuss the various external factors that affect marketing system.

3. Answer any *two* of the following questions : 15 × 2

- (a) Explain with illustrations the 'Mark-up Pricing' and 'Target Return pricing' methods. 7 + 8
- (b) Discuss different stages of product life cycle. Discuss the various strategies adopted by marketers in the stage of maturity. 7 + 8

(4)

(c) Distinguish between : 5 + 5 + 5

(i) Primary Data and secondary Data

(ii) Market Report and market information

(iii) Marketing and Selling.

(d) What is sales promotion ? Discuss the methods of sales promotion used to increase sales of a new branded consumer product. 3 + 12

[Internal Assessment : 10 Marks]

বঙ্গানুবাদ

দক্ষিণ-প্রান্তস্থ সংখ্যাগুলি প্রশ্রমান নির্দেশক

পরীক্ষার্থীদের যথাসম্ভব নিজের ভাষায় উত্তর দেওয়া প্রয়োজন

১। যে কোন পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও : 8 × ৫

(ক) বিজ্ঞাপনের কুফলগুলি কি কি ?

- (খ) বিক্রয় সম্প্রসারণের গুরুত্ব আলোচনা কর ।
- (গ) বিপণন মিশ্র বলতে কি বোঝ ?
- (ঘ) অনুপ্রবেশমূলক দাম নির্ধারণ কৌশল বলতে কি বোঝ ?
- (ঙ) মোড়কজাতকরণের সংজ্ঞা দাও ।
- (চ) ভারতবর্ষের গ্রামীণ বিপণনের বিভিন্ন সমস্যাগুলি আলোচনা কর ।
- (ছ) কেন ব্রাণ্ডিং বা অভিজাতকরণ করা হয় ?
- (জ) প্রাথমিক উপাত্তের উৎসগুলি কি কি ?
- (ঝ) বিজ্ঞাপন ও প্রচারের মধ্যে পার্থক্য কোথায় ?
- (ঞ) প্রতিযোগিতামূলক দাম সম্পর্কে টীকা লেখ ।

২। যে কোন পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৮ × ৫

- (ক) 'ভারতীয় বিতরণ পদ্ধতিতে Middlemen পরজীবী অবিচ্ছেদ্য' — ব্যাখ্যা কর ।
- (খ) পণ্যমোড়ক নির্বাচনের ক্ষেত্রে কি কি বিষয় বিবেচনা করতে হয় ?

- (গ) "Market intelligence" এবং "Marketing myopia" -এর উপর টীকা লেখ ।
- (ঘ) ক্রেতার আচরণ পর্যালোচনার উপর একটি টীকা লেখ ।
- (ঙ) নতুন পণ্য ক্রয়ের সিদ্ধান্ত গ্রহণের প্রক্রিয়ার উপর টীকা লেখ ।
- (চ) বাজার বিভাজনের সুবিধা ও সংশয়গুলি বর্ণনা কর ।
- (ছ) পরিষেবার বৈশিষ্ট্যগুলি কি ?
- (জ) গ্রামীণ বিপণন এর ক্ষেত্রে WTO-র ভূমিকা ব্যাখ্যা কর ।
- (ঝ) বণ্টনের চ্যানেল নির্বাচন করার সময় কোন কোন বিষয় বিবেচনা করা দরকার ?
- (ঞ) বিপণন পদ্ধতির উপর প্রভাব বিস্তারকারী বাহ্যিক উপাদানগুলি কি কি ?

৩। যে কোন দুটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

১৫ × ২

(ক) উদাহরণ সহযোগে 'Mark-up Pricing' ও 'Target Return pricing' ব্যাখ্যা কর ।

৭ + ৮

(খ) পণ্যের জীবনচক্রের বিভিন্ন পর্যায়গুলি আলোচনা কর ।
পরিণত পর্যায়ে বিপণনকারীরা যে কৌশল অবলম্বন করে
তা আলোচনা কর । ৭ + ৮

(গ) পৃথকীকরণ কর : ৫ + ৫ + ৫

(i) Primary Data এবং secondary Data

(ii) Market Report এবং market information

(iii) Marketing এবং Selling.

(ঘ) বিক্রয় সম্প্রসারণ কাকে বলে ? একটি নতুন ভোগ্য পণ্যে
ব্রাণ্ডের বিক্রয় সম্প্রসারণ পদ্ধতিগুলি আলোচনা কর ।
৬ + ১২

[অভ্যন্তরীণ মূল্যায়ন : ১০ নম্বর]

