

2019

PRINCIPLES OF MARKETING

(*Marketing Management*)

[**Honours**]

PAPER – MH2

Full Marks : 90

Time : 4 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) Discuss in brief the challenges in new product development.

4

- (b) 'Product is a bundle of utility'. Do you agree?—Comment. 4
- (c) What is Skimming Pricing Policy? 4
- (d) State the importance of Marketing as a business function. 4
- (e) State the major functions of packaging. 4
- (f) Differentiate between wholesaling and retailing. 4
- (g) State the common characteristics of 'Services'. 4
- (h) What are the distinctions between marketing and selling? 4
- (i) What are the importance of a market report? 4
- (j) Explain in brief, the concept of Market Segmentation. 4

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

- (a) Why is rural market important? What should marketers keep in mind when catering to this market? 4 + 4
- (b) Explain the steps in marketing research process. 8
- (c) Discuss in brief the factors to be considered while developing an effective Marketing Mix. 8
- (d) What are the essential features of a good brand? 8
- (e) Write a note on personal selling. 8
- (f) What do you mean by a marketing plan? Describe the contents of a marketing plan. 3 + 5
- (g) What are the steps in setting the price of a product? 8
- (h) Briefly describe the importance of marketing communication. 8

- (i) What are the strategies for customer retention in an organization ? 8
- (j) 'Middleman are indispensable parasites in Indian distribution system'— Discuss. 8
3. Answer any *two* of the following : 15 × 2
- (a) What is product planning and product development ? Describe the process of new product development. 6 + 9
- (b) Explain with illustrations the 'Mark-up Pricing' and 'Target Return Pricing' methods. 15
- (c) What is the meaning of Market Information ? Discuss the methods of collecting Market Information. 15
- (d) Distinguish between : 15
- (i) Wholeselling and Retailing
- (ii) Publicity and Propaganda
- (iii) Advertisement and Sales Promotion.

বঙ্গানুবাদ

দক্ষিণ-প্রান্তস্থ সংখ্যাগুলি প্রশ্রমান নির্দেশক

পরীক্ষার্থীদের যথাসম্ভব নিজের ভাষায় উত্তর দেওয়া প্রয়োজন

- ১।' যে কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও : ৪ × ৫
- (ক) নতুন পণ্য গঠন পদ্ধতিতে বাধাসমূহ সংক্ষেপে আলোচনা কর । ৪
- (খ) পণ্য হল উপযোগীতার গাইট বা গোদা-তুমি কি একমত ?
যুক্তি দাও । ৪
- (গ) স্কিমিং প্রাইসিং নীতি কি ? ৪
- (ঘ) ব্যবসায়িক কাজ হিসেবে মার্কেটিং-এর গুরুত্ব আলোচনা কর । ৪
- (ঙ) প্যাকেজিং বা মোড়কজাতকরণের প্রধান কাজগুলির বর্ণনা কর । ৪
- (চ) পাইকারী ও খুচরা বিক্রয়ের মধ্যে পার্থক্য নির্দেশ কর । ৪
- (ছ) 'সেবার' সাধারণ বৈশিষ্ট্যগুলি নির্দেশ কর । ৪
- (জ) বিপণন ও বিক্রয়ের মধ্যে পার্থক্য নির্ণয় কর । ৪

(ঝ) বাজার রিপোর্টের গুরুত্ব ব্যাখ্যা কর । ৪

(ঞ) বাজার মন্ডিকরণের ধারণাটি ব্যাখ্যা কর । ৪

২। যে কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও : ৮ × ৫

(ক) গ্রামীণ বিপণন কেন গুরুত্বপূর্ণ ? গ্রামীণ বিপণনের ক্ষেত্রে বিপণন কারীদের কোন কোন জিনিস অবশ্যই বিবেচনা করতে হয় ? ৪ + ৪

(খ) বিপণন গবেষণার ধাপসমূহ ব্যাখ্যা কর । ৮

(গ) একটি কার্যকরী বিপণন মিশ্রণ গঠনের ক্ষেত্রে যে যে উপাদানসমূহ বিবেচনা করতে হয় তা সংক্ষেপে আলোচনা কর । ৮

(ঘ) একটি ভালো ব্র্যান্ডের প্রয়োজনীয় আবশ্যিক বৈশিষ্ট্যগুলি কি কি ? ৮

(ঙ) ব্যক্তিগত বিক্রয় ব্যবস্থার উপরে একটি টীকা লেখ । ৮

(চ) বিপণন পরিকল্পনা বলতে কি বোঝ ? একটি বিপণন পরিকল্পনার উপাদানসমূহ আলোচনা কর । ৩ + ৫

(ছ) একটি উপাদিত দ্রব্যের দাম নির্ধারণের জন্য পদক্ষেপগুলি কি কি ? ৮

- (জ) বিপণন সংযোগের গুরুত্ব সংক্ষেপে বর্ণনা কর । ৮
- (ঝ) ক্রেতা ধরে রাখার জন্যে কি কি কৌশল একটি সংগঠন গ্রহণ করতে পারে ? ৮
- (ঞ) 'ভারতীয় বিতরণ পদ্ধতিতে Middleman পরজীবী অবিচ্ছেদ্য' — ব্যাখ্যা কর । ৮

৩। যে কোনো দুটি প্রশ্নের উত্তর দাও : ১৫ × ২

- (ক) পণ্য পরিকল্পনা ও পণ্য উন্নয়ন বলতে কি বোঝ ? একটি নতুন পণ্য উন্নয়নের পদ্ধতিগুলি বর্ণনা কর । ৬ + ৯
- (খ) উদাহরণ সহযোগে 'মার্ক-আপ প্রাইসিং' এবং 'টাগেট-রিটার্ন প্রাইসিং' ব্যাখ্যা কর । ১৫
- (গ) বাজার তথ্য বলতে কি বোঝ ? বাজার তথ্য সংগ্রহের পদ্ধতিগুলি আলোচনা কর । ১৫
- (ঘ) পৃথকীকরণ কর : ১৫
- (i) পাইকারী বিক্রী এবং খুচরো বিক্রী
- (ii) প্রচার এবং স্বীয়মত প্রচার
- (iii) বিজ্ঞাপন এবং বিক্রয় সম্প্রসারণ ।

