

NEW

2016

Part-I 3-Tier

PRINCIPLES OF MARKETING

PAPER—MH-2

(Honours in 'Marketing Management')

Full Marks : 90

Time : 4 Hours

The figures in the right-hand margin indicate full 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 : 5×4

(a) What are the adverse effects of advertising?

(Turn Over)

- (b) Discuss the different media for advertisement ?
- (c) Distinguish between advertisement and publicity ?
- (d) What do you understand by Market Research ?
- (e) Discuss the importance of sales promotion.
- (f) Write a note on Re-sale price.
- (g) What is Marketing Mix ?
- (h) What do you mean by penetration pricing strategy ?
- (i) Define packaging.
- (j) Mention various problems in rural marketing in India.

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

- (a) Marketing channels are a vital source of competitive advantage for the firm— Discuss the Statement.
- (b) Write a note on “Market intelligence” and “Marketing myopia”. 4+4
- (c) What is ‘Product planning’ and ‘Product development’ ? 4+4

- (d) Write a note on buying decision process of new product.
- (e) What are the factors that determine optimum promotion mix?
- (f) What do you understand by a brand? Mention its advantages?
- (g) Write a note on analysis of consumer behaviour.
- (h) Distinguish between marketing and marketing research.
- (i) Discuss the traditional and modern concepts of marketing.
- (j) What are the various external factors that affect a market system?

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

- (a) Write a note on marketing of services. Discuss the factors that determine the choice of a distribution channel. 7+8

- (b) Discuss different stages of product life cycle. Discuss the various strategies adopted by marketers in the stage of maturity. 7+8
- (c) Distinguish between : 5+5+5
- (i) Primary data and secondary data ;
 - (ii) Market Report and Market Information ;
 - (iii) Marketing and selling.
- (d) Describe the importance of marketing as a business function. Discuss the challenges in Indian marketing. 8+7

[Internal Assessment — 10 Marks]

বঙ্গানুবাদ

দক্ষিণ প্রান্তস্থ সংখ্যাগুলি প্রশ্ন মান নির্দেশক।

পরীক্ষার্থীদের যথাসম্ভব নিজের ভাষায় উত্তর দেওয়া প্রয়োজন।

১। যে কোন পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৫×৪

- (ক) বিজ্ঞাপনের কুফলগুলি কি কি?
- (খ) বিজ্ঞাপনের বিভিন্ন মাধ্যমগুলি আলোচনা কর।
- (গ) বিজ্ঞাপন ও প্রচারের মধ্যে পার্থক্য কি কি?
- (ঘ) বাজার গবেষণা বলতে কি বোঝায় ?
- (ঙ) বিক্রয় সম্প্রসারণের গুরুত্ব আলোচনা কর।
- (চ) 'পুনবিক্রয়ের দর'-এর উপর একটি টীকা লেখ।
- (ছ) বিপণন মিশ্র বলতে কি বোঝ?

(জ) অনুপ্রবেশমূলক দাম নির্ধারণ কৌশল বলতে কি বোঝা?

(ঝ) মোড়কজাতকরণের সংজ্ঞা দাও।

(ঞ) ভারতবর্ষের প্রামাণ্য বিপননের বিভিন্ন সমস্যাগুলি আলোচনা কর।

২। যে কোন পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৫×৮

(ক) কোন ফার্মের প্রতিযোগিতামূলক সুবিধার গুরুত্বপূর্ণ উৎস হল বিপননের মাধ্যম/প্রণালী— বিবৃতিটি আলোচনা কর।

(খ) 'Market intelligence' এবং 'Marketing myopia'-এর উপর টীকা লেখ।

৪+৪

(গ) পণ্য পরিকল্পনা ও পণ্য উন্নয়ন বলতে কি বোঝ ?

৪+৪

(ঘ) নতুন পণ্য ক্রয়ের সিদ্ধান্ত গ্রহণের প্রক্রিয়ার উপর টীকা লেখ।

(ঙ) কাম্য প্রমোশন মিশ্র নির্ধারণকারী উপাদানগুলি কি কি ?

(চ) Brand বলিতে তুমি কি বোঝ ? Brand-এর সুবিধাগুলি উল্লেখ কর।

- (ছ) ক্রেতার আচরণ পর্যালোচনার উপর একটি টীকা লেখ।
- (জ) বিপণন ধারণা ও বিপণন গবেষণার মধ্যে পার্থক্য নিরূপণ কর।
- (ঝ) বিপণনের প্রাচীন ও আধুনিক ধারণা আলোচনা কর।
- (ঞ) বিপণন পদ্ধতির উপর প্রভাব বিস্তারকারী বাহ্যিক উপাদানগুলি কি কি?

৩। যে কোন দুটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

২×১৫

(ক) সেবা বিপণনের উপর টীকা লেখ। একটি পণ্য বণ্টন প্রণালী নির্ধারণের ক্ষেত্রে কি কি বিষয় বিবেচনা করতে হয়?

৭+৮

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

৭+৮

(গ) পৃথকীকরণ কর :

(i) Primary Data এবং Secondary Data।

(ii) Market Report এবং Market Information।

(iii) Marketing এবং Selling।

$৭\frac{১}{২} + ৭\frac{১}{২}$

(ঘ) ব্যবসায়িক কার্যাবলী হিসাবে বিপণনের গুরুত্ব আলোচনা কর। ভারতীয়
বিপণনের ক্ষেত্রে চ্যালেঞ্জগুলি আলোচনা কর।

৮+৭

[অভ্যন্তরীণ মূল্যায়ণ — ১০ নম্বর]
