

Roll No.

Y – 490 / Y – 491
B.Com. (Third Year)
EXAMINATION, March/April 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 परम्परागत तथा आधुनिक विचारधाराओं में भेद कीजिए एवं भारत में आधुनिक विपणन के महत्व को समझाइए। 13/16
Differentiate between Traditional and Modern Concepts of Marketing and explain the importance of Modern Marketing in India.
2. उपभोक्ता व्यवहार का क्षेत्र तथा महत्व समझाइए। 13/17
Explain the scope and importance of consumer behaviour.
3. विज्ञापन क्या है ? विज्ञापन के विभिन्न माध्यमों के गुण व सीमाएँ बताइए। 14/17
What is Advertisement ? Describe the merits and limitations of various means of advertisement.

खण्ड-ब (Section-B)

4. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के अर्थ व प्रकृति को समझाइए। यह घरेलू विपणन से कैसे भिन्न है ? 13/16
Explain the meaning and nature of international marketing. How is it different from domestic marketing ?
5. एक श्रेष्ठ ब्राण्ड नाम के आवश्यक तत्व बतलाइए। 13/17
State the essentials of goods brand name.
6. अन्तर्राष्ट्रीय विपणन में मूल्य निर्धारण पर प्रभाव डालने वाले तत्वों की विवेचना कीजिए। 14/17
Discuss factors affecting price determination in international marketing.

Y – 490 / Y – 491