

**V – 635–S/636–S**  
**B. Com. (Third Year) (Suppl.)**  
**EXAMINATION, 2019**  
**DISTANCE MODE**  
**MARKETING**

*Time : Three Hours*

*Maximum Marks : 120*

*Minimum Pass Marks : 40*

**नोट-** सभी प्रश्न करने अनिवार्य हैं।

Attempt *all* questions.

**खण्ड-अ/Section-A**

**(PRINCIPLES OF MARKETING)**

- |    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | विपणन के महत्व एवं क्षेत्र को समझाइये।                                     | 20 |
|    | Discuss the importance and scope of the Marketing.                         |    |
| 2. | उपभोक्ता व्यवहार की प्रकृति एवं महत्व समझाइये।                             | 20 |
|    | Explain nature and significance of consumer behaviour.                     |    |
| 3. | उत्पाद नियोजन क्या है ? उत्पाद नियोजन से होने वाले लाभों की विवेचना कीजिए। | 20 |
|    | What is Product Planning ? Discuss the advantages of product planning.     |    |

**खण्ड-ब/Section-B**

**(INTERNATIONAL MARKETING)**

- |    |   |    |
|----|---|----|
| 4. | अन्तर्राष्ट्रीय विपणन क्या है ? इसकी प्रकृति एवं क्षेत्र की विवेचना कीजिये। | 20 |
|    | What is international marketing ? Explain its nature and scope.             |    |
| 5. | पैकेजिंग क्या है ? पैकेजिंग के लाभ-हानियों की व्याख्या कीजिये।              | 20 |
|    | What is Packaging ? Explain its advantages and disadvantages.               |    |
| 6. | अन्तर्राष्ट्रीय मूल्यों को प्रभावित करने वाले घटकों की विवेचना कीजिये।      | 20 |
|    | Describe various factors effecting international prices.                    |    |