3240 – C11 – IIISC – R – N – 14

THIRD SEMESTER B.Com. (Revised) DEGREE EXAMINATION, NOVEMBER 2014

PRINCIPLES OF MARKETING

Time : 3 Hours] [Max. Marks : 80

All the sections are compulsory.

Section A

1. Answer any **ten** of the following :

   a) What is Marketing-mix?

   b) What is Niche marketing?

   c) What do you mean by Mark-up pricing?

   d) What is test - marketing?

   e) What do you understand by Social Marketing concept?

   f) What do you understand by Product life cycle?

   g) What is standardisation?

   h) State any two objectives of pricing.

   i) What is Packaging?

   j) What do you mean by saturation stage?

   k) What do you understand by the term Re-marketing?

   l) What is Trademark? $10 \times 2 = 20$

Section B

Answer any **three** *of the following.*

2. Distinguish between marketing concept and selling concept of marketing.

3. What are needs? How do they differ from wants?

4. Distinguish between market and marketing.

5. Explain in brief the functions of Branding.

6. What are the advantages of Packaging? Explain.

7. Explain in brief the importance of Pricing. $3 \times 5 = 15$

[P.T.O.

Section C

Answer any **three** *of the following including Question* **13** *which is compulsory.*

8. What is marketing according to modern concept? Bring out the significance of marketing.

9. Discuss the stages in the product life cycle.

10. Describe the factors influencing the selection of channels of distribution.

11. What is market segmentation? Explain, in brief, the importance of market segmentation.

12. What is advertising? Explain, in brief, the various medias of advertising.

13. Assume that you are pioneers in introducing the bike in the market, but over the years, your market survey reveals that, there is declining trend in it's sales.

    Under these circumstances, what marketing strategy you would develop to retain and expand the market? $3 \times 15 = 45$

KANNADA VERSION

ಎಲ್ಲಾ *ವಿಭಾಗಗಳೂ* **ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿರುತ್ತವೆ.**

ವಿಭಾಗ ಅ (ಗುಣಗಳು: $10 \times 2 = 20$)

1. ಬೇಕಾದ **ಹತ್ತಕ್ಕೆ** ಉತ್ತರಿಸಿರಿ :

   a) ಮಾರಾಟ ಮಿಶ್ರಣ ಎಂದರೇನು?

   b) ವಿಶಿಷ್ಟ ಗ್ರಾಹಕ ಮಾರಾಟ ಎಂದರೇನು?

   c) ವೆಚ್ಚ-ಮೇಲ್ವೆಚ್ಚ ಬೆಲೆ ಎಂದರೇನು?

   d) ಪರೀಕ್ಷಾ ಮಾರಾಟ ಎಂದರೇನು?

   e) ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾರಾಟ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಎಂದರೇನು?

   f) ವಸ್ತು-ಜೀವನ-ಚಕ್ರ ಎಂದರೇನು?

   g) ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಎಂದರೇನು?

   h) ಬೆಲೆಯ ಎರಡು ಗುರಿಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

   i) ಗಂಟುಕಟ್ಟುವಿಕೆ ವಿನ್ಯಾಸ ಎಂದರೇನು?

   j) ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಅಂತಿಮ ಹಂತ ಎಂದರೇನು?

   k) ಪುನಃ ಮಾರಾಟ ಧೋರಣೆ ಎಂದರೇನು?

   l) ವ್ಯಾಪಾರಿ ಚಿನ್ಹೆ ಎಂದರೇನು?

ವಿಭಾಗ - ಬ (ಅಂಕಗಳು: $3 \times 5 = 15$)

ಬೇಕಾದ **ಮೂರಕ್ಕೆ** *ಉತ್ತರಿಸಿರಿ.*

2. ವಿಕ್ರಯಶಾಸ್ತ್ರ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಹಾಗೂ ಮಾರಾಟ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

3. ಮೂಲ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳೆಂದರೇನು? ಅವುಗಳು ಇಚ್ಛೆಗಿಂತ ಹೇಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತವೆ?

4. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹಾಗೂ ವಿಕ್ರಯಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

5. "ಮುದ್ರೆ ಹಾಕುವ" ದರ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿರಿ.

6. ಗಂಟುಕಟ್ಟುವ ವಿನ್ಯಾಸದ ಅನುಕೂಲತೆಗಳಾವವು? ವಿವರಿಸಿರಿ.

7. ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸುವದರ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿರಿ.

[P.T.O.

ವಿಭಾಗ - ಕ (ಅಂಕಗಳು: 3 × 15 = 45)

ಕಡ್ಡಾಯ ಪ್ರಶ್ನೆ 13 *ನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಬೇಕಾದ* **ಮೂರಕ್ಕೆ** *ಉತ್ತರಿಸಿರಿ.*

8. ಆಧುನಿಕ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ವಿಕ್ರಯ ಎಂದರೇನು? ವಿಕ್ರಯದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ವರ್ಣಿಸಿರಿ.

9. ವಸ್ತು-ಜೀವನ-ಚಕ್ರದ ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿರಿ.

10. ವಿತರಣ ಮಾರ್ಗಗಳ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿರಿ.

11. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಂಗಡನೆ ಎಂದರೇನು? ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಂಗಡನೆಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿರಿ.

12. ಜಾಹೀರಾತು ಎಂದರೇನು? ಜಾಹೀರಾತುವಿನ ವಿವಿಧ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತದಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿರಿ.

13. ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮೊಟರ್‌ಸೈಕಲ್‌ನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಲು ನೀವುಗಳು ಮೊಟ್ಟಮೊದಲಿಗರು ಎಂದು ಊಹಿಸಿರಿ. ಆದರೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಇದರ ಮಾರಾಟ ಇಳಿಮುಖ ದಿಸೆಯನ್ನು ತಮ್ಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನಿರೀಕ್ಷಣಾ ವರದಿ ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಇಂತಹ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಯಥಾಸ್ಥಿತಿ ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲು ಹಾಗೂ ವಿಸ್ತರಿಸಲು ಯಾವ ವಿಕ್ರಯ ಧೋರಣೆಗಳನ್ನು ರಚಿಸುವಿರಿ?
