

6207 – C11 – IIISC – N – 19

THIRD SEMESTER B.Com. DEGREE EXAMINATION, NOVEMBER 2019

(Revised)

PRINCIPLES OF MARKETING

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 80

All sections are Compulsory.

Q. No. 13 is Compulsory.

Section A – (Marks: 10 × 2 = 20)

1. Answer any **ten** of the following :
 - a) What is Marketing?
 - b) What is Market Segmentation?
 - c) What is product?
 - d) What is Standardisation?
 - e) What is pricing?
 - f) What is branding?
 - g) Write any two objectives of 'Advertising'.
 - h) Mention any four core-concepts of Marketing.
 - i) Expand four 'P's of Marketing Mix.
 - j) What is Test-Marketing?
 - k) What do you mean by 'Skimming Pricing'?
 - l) What is personal selling?

Section B – (Marks: 3 × 5 = 15)

Answer any three of the following:

2. Briefly explain the functions of Marketing.
3. Briefly explain the stages of Product Life Cycle.
4. Explain briefly the functions of packaging.
5. Briefly explain the importance of advertising.
6. Briefly explain the bases of Market Segmentation.
7. Explain briefly the types of pricing.

[P.T.O.

Section C – (Marks: 3 × 15 = 45)

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

Q.No. 13 Compulsory.

8. Define marketing. Explain the importance of marketing.
9. Define product and planning. Explain the stages of new product planning and development.
10. Explain the factors influencing the pricing decision.
11. Describe the factors influencing the selection of the channels of distribution.
12. What is advertising? Distinguish between advertising and personal selling.
13. Case Study (**Compulsory**) :

A manufacturer has introduced a new type of gas geyser which helps the consumer to save electricity. The manufacturer felt that the product would be accepted by the consumer as a new type of a product, as it is free from danger and load shedding. But, though many months have passed after its introduction, it could not find good response.

In the light of the above answer the following :

- a) What are the causes for product failure?
- b) Suggest suitable marketing strategies.

KANNADA VERSION

ವಿಭಾಗ ಅ (ಅಂಕಗಳು : 10 × 2 = 20)

ಪ್ರಶ್ನೆ 13 ಕಡ್ಡಾಯ

1. ಕೆಳಗಿನವುಗಳಲ್ಲಿ ಬೇಕಾದ ಹತ್ತು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿರಿ :
 - a) ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎಂದರೇನು ?
 - b) ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಂಗಡಣೆ ಎಂದರೇನು ?
 - c) ವಸ್ತು ಎಂದರೇನು ?
 - d) ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಎಂದರೇನು ?
 - e) ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸುವಿಕೆ ಎಂದರೇನು ?
 - f) ಮುದ್ರೆ ಹಾಕುವಿಕೆ ಎಂದರೇನು ?
 - g) ಜಾಹಿರಾತಿನ ಯಾವುದಾದರೂ ಎರಡು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿರಿ.
 - h) ಮಾರಾಟಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಯಾವುದಾದರೂ ನಾಲ್ಕು ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಹೆಸರಿಸಿ.
 - i) ಮಾರಾಟಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಮಿಶ್ರಣದ ನಾಲ್ಕು 'P' ಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿರಿ.
 - j) ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎಂದರೇನು ?
 - k) ಕನೆಯನ್ನು ಕಬಿಳಿಸುವ ಬೆಲೆ ಎಂದರೇನು ?
 - l) ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಾರಾಟ ಎಂದರೇನು ?

ವಿಭಾಗ ಬ (ಅಂಕಗಳು : 3 × 5 = 15)

ಬೇಕಾದ ಮೂರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿರಿ.

2. ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.
3. ವಸ್ತುವಿನ ಜೀವಿತ ಕಾಲ ಚಕ್ರದ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.
4. ವಸ್ತುವಿನ ಗಂಟುಕಟ್ಟುವಿಕೆ ವಿನ್ಯಾಸದ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.
5. ಜಾಹಿರಾತಿನ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.
6. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಂಗಡಣೆಯ ಆಧಾರಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.
7. ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.

[P.T.O.]

ವಿಭಾಗ ಕ (ಅಂಕಗಳು : 3 × 15 = 45)

ಬೇಕಾದ ಮೂರಕ್ಕೆ ಉತ್ತರಿಸಿ (ಪ್ರಶ್ನೆ 13 ಕಡಾಯ)

8. ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ. ಅದರ ಮಹತ್ವವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
9. ವಸ್ತು ಹಾಗೂ ವಸ್ತುಯೋಜನೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ. ಹೊಸ ವಸ್ತುವಿನ ಯೋಜನೆ ಹಾಗೂ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
10. ವಸ್ತುವಿನ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸುವಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಬಹುದಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
11. ವಿತರಣಾ ಮಾರ್ಗಗಳ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಬಹುದಾದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿರಿ.
12. ಜಾಹಿರಾತು ಎಂದರೇನು ? ಜಾಹಿರಾತು ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಾರಾಟ ಇವುಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
13. ಪ್ರಕರಣ ಅಧ್ಯಯನ (ಕಡಾಯ) :

ಉತ್ಪಾದಕರೊಬ್ಬರು ಹೊಸ ಬಗೆಯ ಗ್ಯಾಸ್ ಗೀಜರ್‌ನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಪರಿಚಯಮಾಡಿದರು. ಈ ವಸ್ತುವಿನ ಬಳಕೆಯಿಂದ ವಿದ್ಯುತ್ ಉಳಿತಾಯ, ಯಾವುದೇ ಅಪಾಯ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯುತ್ ಕಡಿತ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಬಹುದೆಂಬ ಭಾವನೆಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿತ್ತು ಆದರೆ, ಹಲವು ದಿನಗಳ ಹಿಂದೆಯೇ ಈ ಹೊಸ ಗೀಜರ್‌ನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿದರೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಸೂಕ್ತಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಸಿಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಉತ್ತರಿಸಿರಿ.

- a) ಈ ವಸ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವಿಫಲವಾಗಲು ಕಾರಣಗಳಾವುವು ?
- b) ವಸ್ತುವಿನ ಮಾರಾಟ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು, ಸೂಕ್ತ ಮಾರಾಟ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿರಿ.