

Total number of printed pages-8

4 (Sem-5/CBCS) COM HC 1 (PoM)

2023

**COMMERCE**

(Honours Core)

Paper : COM-HC-5016

**(Principles of Marketing)**

Full Marks : 80

Time : Three hours

**The figures in the margin indicate  
full marks for the questions.**

Answer **either** in English **or** in Assamese.

1. Answer the following as directed :

1×10=10

নিৰ্দেশানুসাৰে নিম্নোক্তবোৰৰ উত্তৰ দিয়া :

(i) The starting point of any marketing activity is the

যিকোনো বজাৰকৰণ কাৰ্য্যকলাপৰ আৰম্ভণি বিন্দু হৈছে

(a) human needs and wants

মানুহৰ প্ৰয়োজনীয়তা আৰু অভাৱ

Contd.

(b) basic human needs

মানুহৰ মৌলিক প্ৰয়োজনীয়তা

(c) biological condition of human beings

মানুহৰ জৈৱিক অৱস্থা

(d) All of the above

ওপৰৰ আটাইবোৰ

*(Choose the correct answer)*

*(শুদ্ধ উত্তৰটো বাছি উলিওৱা)*

(ii) Who is the father of modern marketing?

আধুনিক বজাৰকৰণৰ পিতৃ কোন হয়?

(iii) Which of the following is a threat posed by marketing environment in India?

নিম্নলিখিত কোনটো ভাৰতৰ বজাৰকৰণ পৰিবেশৰ দ্বাৰা উদ্ভৱ হোৱা ভাবুকি?

(a) Curtailment of and disinvestments in Public sector

ৰাজস্বৰা খণ্ডত বিনিয়োগ কৰ্তন আৰু নিৰ্বিনিয়োজন

(b) Liberalisation of Industrial licensing

উদ্যোগিক অনুজ্ঞাপত্ৰৰ উদাৰীকৰণ

(c) Survival of the fittest rule

আটাইতকৈ উপযুক্ত জীয়াই থকাৰ নিয়ম

(d) Removal of subsidies

ৰাজসাহায্য বিতাৰণ

*(Choose the correct answer)*

*(শুদ্ধ উত্তৰটো বাছি উলিওৱা)*

(iv) Which of the following is useful for marketing segmentation?

নিম্নলিখিত কোনটো বজাৰ খণ্ডিতকৰণৰ বাবে উপযোগী?

(a) Prospects identification

সম্ভাৱনীয়তা চিনাক্তকৰণ

(b) To know the customer's tastes and preferences

গ্ৰাহকৰ সোৱাদ আৰু অগ্ৰাধিকাৰ জানিবলৈ

(c) To target current clients

বৰ্তমানৰ গ্ৰাহকক লক্ষ্য নিৰ্ধাৰণ কৰি

(d) All of the above

ওপৰৰ আটাইবোৰ

*(Choose the correct answer)*

*(শুদ্ধ উত্তৰটো পছন্দ কৰি উলিওৱা)*

(v) Which one of the following is not an element of demographic segmentation?



তলৰ কোনটো জনগাঁথনিগত বিভাজনৰ উপাদান নহয়?

- (a) Family size (পৰিয়ালৰ আকাৰ)
- (b) Population density (জনসংখ্যাৰ ঘনত্ব)
- (c) Income (উপাৰ্জন)
- (d) Religion (ধৰ্ম)

(vi) 'Assam Tea' stands for \_\_\_\_\_ positioning.  
'অসম চাহ' ৰ অৰ্থ হৈছে \_\_\_\_\_ অৱস্থানকৰণ।

(Quality/Geographical area)

মানদণ্ডৰ/ভৌগোলিক ক্ষেত্ৰৰ

(Fill in the blank with correct alternative)

(শুদ্ধ বিকল্পৰ সৈতে খালী ঠাই পূৰ কৰা)

(vii) 'Mobile Handset' is an example of perishable goods.

'মোবাইল ফোন' পচনশীল সামগ্ৰীৰ উদাহৰণ।

(Write True or False)

(সঁচা নে মিছা লিখা)

(viii) Which one of the following brands owned and developed by producers?

নিম্নলিখিত কোনটো 'ব্ৰেণ্ড' উৎপাদনকাৰীৰ মালিকানাধীন আৰু বিকশিত?

- (a) Individual brands (গাইণ্ডটীয়া ব্ৰেণ্ড)
- (b) Family brands (পাৰিবাৰিক ব্ৰেণ্ড)

(c) Manufacturers brands (নিৰ্মাতাৰ ব্ৰেণ্ডসমূহ)

(d) None of these (এইবোৰৰ এটাও নহয়)

(Choose the correct answer)

(শুদ্ধ উত্তৰটো বাছি উলিওৱা)

(ix) At maturity stage sales continue to increase at an increasing rate.

পৰিপক্বতাৰ পৰ্য্যায়ত বিক্ৰী বৃদ্ধি বৰ্ধিত হাৰত হৈ থাকে।

(Write True or False)

(শুদ্ধ নে অশুদ্ধ লিখা)

(x) Promotion mix is an important element of \_\_\_\_\_.

উদ্ভৱণ মিশ্ৰণ হৈছে \_\_\_\_\_ ৰ এক গুৰুত্বপূৰ্ণ উপাদান।

(a) Sales promotion (বিক্ৰয় উদ্ভৱণ)

(b) Marketing mix (বজাৰকৰণ মিশ্ৰণ)

(c) Personal selling (ব্যক্তিগত বিক্ৰয়কৰণ)

(d) All of the above (ওপৰৰ আটাইবোৰ)

(Fill in the blank with appropriate alternative)

(উপযুক্ত বিকল্পৰে খালী ঠাই পূৰণ কৰা)



2. Answer the following questions :  $2 \times 5 = 10$

তলৰ প্রশ্নবোৰৰ উত্তৰ দিয়া :

(i) State *two* distinctions between marketing and selling.

বজাৰকৰণ আৰু বিক্ৰয়কৰণৰ মাজত থকা দুটা পাৰ্থক্য উল্লেখ কৰা।

(ii) What is product positioning?

দ্রব্য অৱস্থানকৰণ কি?

(iii) What is product line?

উৎপন্ন দ্রব্য লানি কি?

(iv) What is personal selling?

ব্যক্তিগত বিক্ৰয়কৰণ কি?

(v) What is advertising agency?

বিজ্ঞাপিতকৰণ অভিকৰণ কি?

3. Answer *any four* of the following :  $5 \times 4 = 20$

তলত দিয়াবোৰৰ যিকোনো চাৰিটাৰ উত্তৰ দিয়া :

(i) Importance of product as a component of marketing mix.

বজাৰকৰণ মিশ্ৰণৰ উপাদান হিচাবে দ্রব্যৰ গুৰুত্ব।

(ii) Advantages of product branding.

দ্রব্যৰ পৰিচয়জ্ঞাপনৰ সুবিধাসমূহ।

(iii) Reasons of product failure.

উৎপন্ন দ্রব্যৰ ব্যৰ্থতাৰ কাৰণসমূহ।

(iv) Advantages and disadvantages of E-tailing.

'E-tailing'ৰ সুবিধা আৰু অসুবিধাসমূহ।

(v) Merits and demerits of product diversification.

উৎপন্ন দ্রব্য বহুমুখীকৰণৰ সুবিধা আৰু অসুবিধাসমূহ।

(vi) Essential elements of good branding.

উন্নত পৰিচয়জ্ঞাপনৰ আৱশ্যকীয় উপাদানবোৰ।

4. Answer the questions from the following : *(any four)*  $10 \times 4 = 40$

তলৰ প্রশ্নবোৰৰ উত্তৰ দিয়া : (যিকোনো চাৰিটা)

(a) Outline the major functions of marketing.

বজাৰকৰণৰ মুখ্য কাৰ্য্যবোৰৰ ৰূপৰেখা দাঙি ধৰা।

(b) Discuss about growth and future of marketing in India.

ভাৰতবৰ্ষত বজাৰকৰণৰ বিকাশ আৰু ভবিষ্যত সম্পৰ্কে আলোচনা কৰা।

(c) Explain the consumer's buying decision process.

উপভোক্তাৰ ক্ৰয়কৰণ সিদ্ধান্ত গ্ৰহণৰ প্ৰক্ৰিয়াবোৰ ব্যাখ্যা কৰা।



- (d) Define market segmentation and discuss its importance for a firm.

বজাৰ খণ্ডিতকৰণৰ সংজ্ঞা দিয়া আৰু ইয়াৰ গুৰুত্বসমূহ আলোচনা কৰা।

- (e) Describe the role and importance of pricing.

দৰ স্থিৰকৰণৰ ভূমিকা আৰু গুৰুত্বসমূহ বৰ্ণনা কৰা।

- (f) Explain the various pricing policies available to a firm in taking its pricing decision.

এটা প্ৰতিস্থানৰ দৰ নিৰ্দ্ধাৰণৰ সিদ্ধান্ত লোৱাৰ বাবে উপলব্ধ বিভিন্ন দৰ নিৰ্দ্ধাৰণ নীতিসমূহ ব্যাখ্যা কৰা।

- (g) Explain the various methods to measure the advertising effectiveness.

বিজ্ঞাপিতকৰণৰ ফলপ্ৰসূতা জোখাৰ বিভিন্ন পদ্ধতিসমূহ ব্যাখ্যা কৰা।

- (h) Discuss the various factors which affect promotion mix decision of an organisation.

এটা প্ৰতিস্থানৰ উত্তৰণ মিশ্ৰণৰ সিদ্ধান্ত গ্ৰহণৰ ক্ষেত্ৰত প্ৰভাৱিত কৰা বিভিন্ন কাৰকবোৰৰ বিষয়ে আলোচনা কৰা।