No. of Printed Pages—7

881 (FM)

[20-HRGPNW–D5S(N)21A]

B.Com 5th Semester (New) Exam., 2020 (W)

COMMERCE

[GCM (S5)–01]

(Fundamentals of Marketing)

Full Marks : 80

Time : 3 hours

The figures in the margin indicate full marks for the questions

1. *(a)* Write very short answer of the following questions : 1×8=8

তলত দিয়া প্ৰশ্নসমূহৰ অতি চমুকৈ উত্তৰ লিখক :

(i) What is environmental scanning?

বাতাৱৰণ বিশ্লেষণ মানে কি ?

(ii) What is direct marketing?

প্ৰত্যক্ষ বজাৰকৰণ মানে কি ?

(iii) What do you understand by umbrella branding?

আম্ব্রেলা মাৰ্কা বুলিলে আপুনি কি বুজে ?

(iv) What is product simplification?

সামগ্ৰীৰ সৰলীকৰণ মানে কি ?

(v) What is trademark?

প্রতীক চিহ্ন মানে কি ?

(vi) Who gave the five forces model of industry analysis?

বহনকাৰীৰ পঞ্চ শক্তি আৰ্হিটো কোনে আগবঢ়াইছিল ?

(vii) What is consumer learning?

উপভোক্তাৰ শিক্ষণ মানে কি ?

(viii) How does perishability of a product affect the selection of distribution channel?

সামগ্ৰী এটাৰ ধ্বংসৰ যোগ্যতাই কিদৰে বিতৰণ শৃঙ্খলাৰ বাছনিক প্ৰভাৱান্বিত কৰে ?

(b) Choose the correct answer from the given options : 1×4=4

তলত দিয়া বিকল্পসমূহৰ পৰা শুদ্ধ উত্তৰটো বাছি উলিৱাওক :

(i) Which one of the following is not a factor influencing sales forecasting?

তলৰ কোনটো উপাদানে বিক্ৰয়ৰ পূৰ্বানুমানক প্ৰভাৱান্বিত নকৰে ?

(1) Business conditions

ব্যৱসায়ৰ অৱস্থা

(2) Changes within the firm

প্ৰতিষ্ঠানৰ আভ্যন্তৰীণ পৰিৱৰ্তন

(3) Time period

সময় সীমা

(4) Voter

ভোটাৰ

(ii) Which one of the following is a decision area in logistic management?
তলৰ কোনটো ৰসদ পৰিচালনাৰ এটা সিদ্ধান্ত এলেকা ?

(1) Branding
মার্কা

(2) Pricing
দাম নির্ধাৰণ

(3) Warehousing
ভৰাল ঘৰ

(4) Promotion
উদ্‌গণি

(iii) Which of the following models is used in Indian business organization?
তলৰ কোনটো আৰ্হি ভাৰতীয় ব্যৱসায় সংগঠনত ব্যৱহাৰ কৰা হয় ?

(1) Business to business
ব্যৱসায়ৰ পৰা ব্যৱসায়লৈ

(2) Business to customers
ব্যৱসায়ৰ পৰা গ্ৰাহকলৈ

(3) Business to dealers
ব্যৱসায়ৰ পৰা বিতৰণকাৰীলৈ

(4) All of the above
ওপৰৰ আটাইকেইটা

(iv) Which of the following is an unsought good?
তলৰ কোনটো গ্ৰাহকে নিবিচৰা সামগ্ৰী ?

(1) Soap
চাবোন

(2) Chocolate
চকলেট

(3) Life insurance policy
জীৱন বীমা পলিচি

(4) Baloon
বেলুন

(c) Fill in the blanks with suitable answers : 1×4=4
উপযুক্ত উত্তৰেৰে খালী ঠাই পূৰ্ণ কৰক :

(i) _____ is a way to monitor both external and internal environment.
_____ হৈছে বাহ্যিক আৰু আভ্যন্তৰীণ উভয় বাতাৱৰণ পৰ্যবেক্ষণৰ এটা পথ।

(ii) _____ is the estimated volume of sales that a company expects to achieve within a given period of time.
_____ হৈছে এছোৱা নিৰ্ধাৰিত সময়ৰ ভিতৰত একোটা কোম্পানীয়ে আহৰণ কৰিব বিচৰা বিক্ৰীৰ সম্ভাব্য পৰিমাণ।

(iii) The size of consumer market is constantly _____.
উপভোক্তাৰ বজাৰৰ আকাৰ ক্ৰমশ _____ ।

(iv) Marketing is consumer and _____ oriented.
বিপণন উপভোক্তা আৰু _____ কেন্দ্ৰিক।

2. Answer any *five* of the following questions (each in around *50* words) : 2×5=10

তলৰ প্ৰশ্নসমূহৰ যি কোনো **পাঁচটাৰ** উত্তৰ লিখক (প্ৰতিটো প্ৰায় *৫০* শব্দৰ ভিতৰত) :

(a) What is marketing myopia?
বিপণনৰ দূৰদৃষ্টিহীনতা মানে কি ?

(b) Explain e-commerce.
ই-বাণিজ্য ব্যাখ্যা কৰক।

(c) What is conventional marketing channel?
পৰম্পৰাগত বিপণন শৃঙ্খলা মানে কি ?

(d) State two importances of market segmentation.
বজাৰ বিভাজিতকৰণৰ দুটা গুৰুত্ব লিখক।

(e) Explain the importance of retailing.
খুচুৰা বিক্ৰীৰ গুৰুত্ব ব্যাখ্যা কৰক।

(f) Distinguish between micro- and macro-environment.
ক্ষুদ্ৰ আৰু বৃহৎ বাতাৱৰণৰ মাজৰ পাৰ্থক্য লিখক।

3. Answer any *six* of the following questions (each in around *120* words) : 4×6=24

তলৰ প্ৰশ্নসমূহৰ যি কোনো **ছয়টাৰ** উত্তৰ লিখক (প্ৰতিটো প্ৰায় **১২০** শব্দৰ ভিতৰত) :

(a) Describe the elements of marketing mix.
বিপণন সংমিশ্ৰণৰ উপাদানসমূহ বৰ্ণনা কৰক।

(b) Explain the objectives of marketing research.
বিপণন গৱেষণাৰ উদ্দেশ্যসমূহ ব্যাখ্যা কৰক।

(c) Distinguish between selling and marketing.
বিক্রয় আৰু বিপণনৰ মাজৰ পার্থক্য লিখক।

(d) Describe four types of store-based retailing.
দোকানৰ জৰিয়তে খুচুৰা বিক্রয়ৰ চাৰিটা প্রকাৰ বর্ণনা কৰক।

(e) Explain the important marketing channel design decisions.
বিপণন শৃঙ্খলা আৰ্হিৰ গুৰুত্বপূর্ণ সিদ্ধান্তসমূহ ব্যাখ্যা কৰক।

(f) Explain the concepts of skimming pricing and penetration pricing. 2+2=4
ওপৰে ওপৰে যোৱা দাম নির্ধাৰণ আৰু ভিতৰত সোমোৱা দাম নির্ধাৰণৰ ধাৰণা ব্যাখ্যা কৰক।

(g) Describe the advantages and limitations of advertising. 2+2=4
বিজ্ঞাপনৰ সুবিধা আৰু সীমাবদ্ধতাসমূহ বর্ণনা কৰক।

4. Answer any *five* of the following questions (each in around *200* words) : 6×5=30

তলৰ প্রশ্নসমূহৰ যি কোনো **পাঁচটাৰ** উত্তৰ লিখক (প্রতিটো প্রায় ২০০ শব্দৰ ভিতৰত) :

(a) Explain the different bases for consumer and industrial market segmentation. 4+2=6
উপভোক্তা বজাৰ আৰু ঔদ্যোগিক বজাৰ বিভাজিতকৰণৰ বিভিন্ন ভিত্তিসমূহ ব্যাখ্যা কৰক।

(b) Discuss the stages in new product development process.
নতুন সামগ্রীৰ বিকাশৰ প্রক্রিয়াত থকা স্তৰসমূহ আলোচনা কৰক।

(c) Explain the process of personal selling.
ব্যক্তিগত বিক্রয় প্রক্রিয়া ব্যাখ্যা কৰক।

(d) Discuss the various methods of sales forecasting.
বিক্রয়ৰ পূর্বানুমানৰ বিভিন্ন পদ্ধতিবোৰ আলোচনা কৰক।

(e) Explain the functions of labelling in marketing.

বিপণনত লেবেলিঙৰ ভূমিকাসমূহ ব্যাখ্যা কৰক।

(f) What is consumer behaviour? Explain the variables of consumer behaviour. 2+4=6

উপভোক্তাৰ আচৰণ মানে কি? উপভোক্তাৰ আচৰণৰ পৰিৱৰ্তনশীল উপাদানবিলাক ব্যাখ্যা কৰক।

★ ★ ★