

M. Com - 2025

Printed Pages-8

402202

M.Com. (IV Semester)

Examination, 2025

Marketing Group II

Consumer Behaviour

Paper : II

Time Allowed : Three hours

Maximum Marks : 40 Reg./ 50 Pvt.

नियमित परीक्षार्थियों के लिए निर्देश-

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। खण्ड-अ से वस्तुनिष्ठ 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है। खण्ड-ब से लघु उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना है अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है। खण्ड-स से दीर्घ उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 5 अंकों का है।

For direction of regular students:

All question are compulsory. Section-A objective type attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 1 mark. Section-B short answer type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 2 marks. Section- C Long answer type attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 5 marks.

स्वाध्यायी परीक्षार्थियों के लिए निर्देश:

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। खण्ड-अ से वस्तुनिष्ठ 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 1 अंकों का है। खण्ड-ब से लघुउत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 3 अंकों का है। खण्ड-स से दीर्घ उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 6 अंकों का है।

For direction of private students:

All question are compulsory, Section-A objective type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 1 mark. Section-B short answer type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 3 marks. Section-C Long answer type attempt all the 5 questions are compulsory question carries 6 marks.

नोट : निम्नलिखित सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न का अंक का है।

Note : Attempt all the following questions. Each question carries 1 mark.

1. सही उत्तर का चयन कीजिए-

Choose the correct answer.

(i) "क्रय प्रेरणाएं वे प्रभाव या विचार हैं, जो क्रय करने, कार्य करने या वस्तुओं या सेवाओं के क्रय में पसन्दगी को निर्धारित करने हेतु प्रेरणा प्रदान करते हैं" यह कथन डी.जे. ड्यूरिन का है।

- (a) हाँ
(b) नहीं

"Buying motives are those influences of considerations which provide the impulse to buy, induce action or determine choice in the Purchases of Goods or Services"

This statement gives by D.J. Dourian

- (a) Yes
(b) No

(ii) कोई भी व्यक्ति बाजार से वस्तु या सेवाएँ क्रय करता है वह ग्राहक कहलाता है।

- (a) हाँ
(b) नहीं

Any individual who purchase goods and Services from market its called Customer.

- (a) Yes
(b) No

(iii) बड़े राष्ट्रों में, जनसंख्या में एक रूपता अवश्य होती है तथा इस प्रकार बहुजातीय संस्कृतियाँ उत्पन्न होती हैं।

- (a) हाँ
(b) नहीं

In large nations the Population is bound to lose a lot of its homogeneity and thus Subcultures arise.

- (a) Yes
(b) No

(iv) अभिप्रेरणा एक आवश्यकता है जो व्यक्ति को आवश्यकता की संतुष्टि प्राप्त करने के लिए निर्देशित करने के लिए पर्याप्त रूप से दबाव डालती है।

- (a) हाँ
(b) नहीं

A motive is a need that is sufficiently Pressing to direct the Person to seek satisfaction of the need.

- (a) Yes
(b) No

| 4 |

(v) उत्पादन विनिर्देश व्यवसायिक खरीद का वह चरण है। जहाँ एक संगठन किसी आवश्यक वस्तु के लिए सर्वोत्तम तकनीकी उत्पाद विशेषताओं पर विचार करता है और उन्हें निर्दिष्ट करता है।

- (a) हाँ
(b) नहीं

Production specification is the stage of business buying where an organization and specifies the best technical product characteristics for a needed item.

- (a) Yes
(b) No

खण्ड - 'ब'

Section - 'B'

(लघुउत्तरीय प्रश्न)

(Short Answer Type Questions)

[2 × 5 = 10]

नोट : सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न करना अनिवार्य है। प्रत्येक प्रश्न 2 अंकों का है।

Note : Attempt all five questions. One question from each unit is compulsory. Each question carries 2 marks.

इकाई - I

Unit - I

2. उपभोक्ता व्यवहार की अवधारणा से आप क्या समझते हैं?

What do you understand by concept of customer behaviour?

C-3-(452/600)

402202

| 5 |

अथवा

OR

उपभोक्ता व्यवहार क्या है?

What is Consumer behaviour?

इकाई - II

Unit - II

3. उपभोक्ता शोध क्या है?

What is Consumer Research?

अथवा

OR

संगठनात्मक क्रय व्यवहार की क्या अवधारणा है?

What is the Concept of Organisational buying behaviour?

इकाई - III

Unit - III

4. उपभोक्ता अभिप्रेरणा को परिभाषित कीजिए।

Define the consumer motivation.

अथवा

OR

अभिप्रेरणा अनुसंधान के विकास से आप क्या समझते हैं?

What do you understand by Development of motivational research.

इकाई - IV

Unit - IV

5. व्यक्तित्व की अवधारणा क्या है?

What is the concept of Personality?

C-3-(452/600)

402202

[P.T.O.]

| 6 |

अथवा

OR

व्यक्तित्व और उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिए।
Define the Personality and Consumer behaviour.

इकाई - V

Unit - V

6. सामाजिक वर्ग और उपभोक्ता व्यवहार को समझाइये।
Explain the Social class and consumer behaviour.

अथवा

OR

सामाजिक वर्ग की गतिशीलता से आपका क्या आशय है?
What do you mean by social class mobility?

खण्ड - 'स'

Section - 'C'

[5 × 5 = 25]

नोट : निम्नलिखित में सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 5 अंकों का है।

Note : Attempt all five questions from following. Each question carries 5 marks.

इकाई - I

Unit - I

7. उपभोक्ता व्यवहार के निर्धारक तत्वों समझाइये?
Explain the determinants of Consumer behaviour.

अथवा

OR

C-3-(452/600)

402202

| 7 |

भारत में उपभोक्ता व्यवहार पर टिप्पणी कीजिए।

Write note on Consumer behaviour in India.

इकाई - II

Unit - II

8. संगठनात्मक व्यवहार की विशेषता तथा प्रक्रिया को समझाइये।
Explain the characteristics and process of organizational behaviour.

अथवा

OR

उपभोक्ता अनुसंधान की प्रक्रिया को समझाइये।
Explain the procedure of consumer research.

इकाई - III

Unit - III

9. उपभोक्ता आवश्यकता क्या है? इसके प्रकार तथा प्रणालियों को समझाइये।
What is Consumer need? Explain its type and system.

अथवा

OR

प्रेरणा क्या है? इसकी आवश्यकता तथा लक्ष्य की समझाइये।
What is motivation? Explain needs and Goals.

इकाई - IV

Unit - IV

10. व्यक्तित्व के सिद्धांतों को समझाइये।
Explain the principles of personality.

अथवा

C-3-(452/600)

402202

[P.T.O.]

OR

उपभोक्ता विविधता क्या है? इसके उद्देश्य तथा उपयोगिता को समझाइये।

What is consumer diversity? Explain its objects uses.

इकाई - V

Unit - V

11. समृद्ध तथा गैर-समृद्ध उपभोक्ता से आप क्या समझते हैं इसके महत्व को समझाइये।

What do you understand by affluent and non affluent consumer? Explain its importance.

अथवा

OR

सामाजिक वर्ग की शैली को समझाइये तथा इसका मापन किस प्रकार किया जाता है।

Explain the lifestyle profiles & social class. How to measurement of social class.

17.C3m 2025

Printed Pages- 8

402201

M.Com. Fourth Semester

Examination, 2025

MARKETING GROUP

Paper : I

Advertising & Sales management

Time Allowed : Three hours

Maximum Marks : 40 Reg. / 50 Pvt.

नियमित परीक्षार्थियों के लिए निर्देश-

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। खण्ड-अ से वस्तुनिष्ठ 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है। खण्ड-ब से लघु उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है। खण्ड-स से दीर्घ उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 5 अंकों का है।

For direction of regular students:

All question are compulsory. Section-A objective type attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 1 mark. Section-B short answer type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 2 marks. Section- C Long answer type attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 5 marks.

स्वाध्यायी परीक्षार्थियों के लिए निर्देश:

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। खण्ड-अ से वस्तुनिष्ठ 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 1 अंकों का है। खण्ड-ब से लघु उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 3 अंकों का है। खण्ड-स से दीर्घ उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 6 अंकों का है।

For direction of private students:

All question are compulsory, Section-A objective type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 1 mark. Section-B short answer type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 3 marks. Section-C Long answer type attempt all the 5 questions are compulsory question carries 6 marks.

C-3 (451/600)

402201

[P.T.O.]

[2]

खण्ड - 'अ'

Section - 'A'

(वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

(Objective Type Questions)

[5 × 1 = 5]

नोट : निम्नलिखित सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है।

Note : Attempt all the following questions. Each question carries 1 mark.

1. सही उत्तर का चयन कीजिए -

Choose the correct answer -

(i) विज्ञापन है

- (a) धन की बर्बादी
- (b) समय की बर्बादी
- (c) ऊर्जा की बर्बादी
- (d) विनियोग

Advertisement is-

- (a) Wastage of money
- (b) Wastage of time
- (c) Wastage of energy

~~It~~ Investments

(ii) वैयक्तिक विक्रय, विक्रय की प्रत्यक्ष विधि है।

- (a) सही
- (b) गलत
- (c) दोनों
- (d) इनमें से कोई नहीं

[3]

Personal selling is method of direct selling.

(a) True

(b) False

(c) Both

(d) None of those

(iii) विज्ञापन एजेंसी के कार्य हैं।

- (a) नियोजन
- (b) अनुसंधान
- (c) जन-सम्पर्क
- (d) उपरोक्त सभी

Functions of advertising agency are-

- (a) Planning
- (b) Research work
- (c) Public contact

~~(d)~~ All of the above

(iv) विक्रय प्रशिक्षण के प्रमुख प्रकार हैं।

- (a) 2
- (b) 3
- (c) 4
- (d) 5

The major types of sales Training are-

- (a) 2
- (b) 3
- (c) 4
- (d) 5

[4]

(v) इंटरनेट का आविष्कार किस सन् में हुआ-

- (a) 1969
- (b) 1970
- (c) 1971
- (d) 1972

In which year the internet was invented.

- (a) 1969
- (b) 1970
- (c) 1971
- (d) 1972

खण्ड - 'ब'

Section - 'B'

(लघुउत्तरीय प्रश्न)

(Short Answer Type Questions)

[5 × 2 = 10]

नोट : सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न करना अनिवार्य है। प्रत्येक प्रश्न 2 अंकों का है।

Note : Attempt all five questions. One question from each unit is compulsory. Each question carries 2 marks.

इकाई - I

Unit - I

2. विज्ञापन के क्षेत्र को समझाइये।

Explain the scope of advertising.

अथवा/OR

C-3 (451/600)

402201

[5]

विज्ञापन मिश्रण का अर्थ एवं परिभाषा स्पष्ट कीजिए।

Explain the meaning and definition of advertising.

इकाई - II

Unit - II

3. विज्ञापन निर्णयन पूर्व प्रदर्शन क्या है?

What is pre launch advertising decision?

अथवा/OR

विज्ञापन प्रति के प्रकार लिखिए।

Write the type of advertisement copy.

इकाई - III

Unit - III

4. विज्ञापन विभाग क्या है?

What is advertising department?

अथवा/OR

विज्ञापन एजेंसी के चुनाव को समझाइये।

Discuss the selection of advertising Agency.

इकाई - IV

Unit - IV

5. वैयक्तिक विक्रय को परिभाषित कीजिए।

Define personal selling.

C-3 (451/600)

402201

[P.T.O.]

| 6 |

अथवा/OR

वैयक्तिक विक्रय की प्रमुख विशेषताएँ बताइये।

Explain the main characteristics of personal selling.

इकाई - V

Unit - V

6. विक्रय प्रबंध के क्या उद्देश्य हैं?

What objectives of sales management.

अथवा/OR

विक्रय प्रबंध के प्राथमिक कार्य बताइये।

Explain the main characteristics of personal selling.

खण्ड - 'स'

Section - 'C'

(दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

(Long Answer Type Questions)

[5 × 5 = 25]

नोट : निम्नलिखित में से सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 5 अंकों का है।

Note: Attempt all Five questions from following. Each question carries 5 marks.

इकाई-I

Unit-I

7. आधुनिक बाजार व्यवस्था में विज्ञापन के महत्व की व्याख्या कीजिए।

Describe the importance of advertising in modern marketing.

C-3 (451/600)

402201

| 7 |

अथवा

OR

विपणन मिश्रण में विज्ञापन की भूमिका समझाइये।

Explain the role of advertising in marketing.

इकाई-II

Unit-II

8. विज्ञापन प्रति से आप क्या समझते हैं इसके सभी तत्वों का विवरण दीजिए।

What do you mean by advertising copy? Explain all its components.

अथवा

OR

विज्ञापन उपभोक्ताओं को कैसे प्रभावित करता है?

How does advertising affect consumer?

इकाई-III

Unit-III

9. विज्ञापन प्रभावीकरण का मूल्यांकन क्यों आवश्यक है। समझाइये।

Explain why advertising effectiveness measurement is necessary.

अथवा

OR

विज्ञान बजट को समझाइये?

Explain advertising Budget?

C-3 (451/600)

402201

[P.T.O.]

[8]

इकाई-IV

Unit-IV

10. वैयक्तिक विक्रय प्राविधि का वर्णन कीजिए।

Describe the method of personal selling.

अथवा

OR

वैयक्तिक विक्रय की प्रकृति एवं लाभ-हानि समझाइये।

Discuss the nature and advantage & disadvantage of personal selling.

इकाई-V

Unit-V

11. "विक्रयकर्ता पैदा नहीं होते वरन बनाये जाते हैं" इस कथन की विवेचना कीजिए।

"Sellers are not Born but made". Discuss this statement.

अथवा

OR

विक्रय प्रबन्धन की अवधारणा को समझाइये।

Explain concept of sales management.

M. Com 2025

Printed Pages-8

402203

M.Com. (Fourth Semester)
Examination, 2025
Marketing Management Group
Rural and Agricultural Marketing
Paper : III

Time Allowed : Three hours

Maximum Marks : 40Reg. / 50 Pvt.

नियमित परीक्षार्थियों के लिए निर्देश-

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। खण्ड-अ से वस्तुनिष्ठ 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है। खण्ड-ब से लघु उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना है अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है। खण्ड-स से दीर्घ उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 5 अंकों का है।

For direction of regular students:

All question are compulsory. Section-A objective type attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 1 mark. Section-B short answer type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 2 marks. Section- C Long answer type attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 5 marks.

स्वाध्यायी परीक्षार्थियों के लिए निर्देश:

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। खण्ड-अ से वस्तुनिष्ठ 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 1 अंकों का है। खण्ड-ब से लघुउत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 3 अंकों का है। खण्ड-स से दीर्घ उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 6 अंकों का है।

For direction of private students:

All question are compulsory, Section-A objective type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 1 mark. Section-B short answer type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 3 marks. Section-C Long answer type attempt all the 5 questions are compulsory question carries 6 marks.

C-3-(453/600)

402203

[P.T.O.]

[2]

खण्ड - 'अ'

Section - 'A'

(वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

(Objective Type Questions)

[5 × 1 = 5]

नोट : निम्नलिखित सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न का अंक का है।

Note : Attempt all the following questions. Each question carries 1 mark.

1. सही उत्तर का चयन कीजिए-

Choose the correct answer.

(i) निम्नलिखित में से कौन-सा सामान्यतः भारत में ग्रामीण विपणन का घटक नहीं माना जाता है?

- (a) ग्रामीण उपभोक्ता मांग विश्लेषण
- (b) शहरी खुदरा शृंखला प्रबंधन
- (c) वितरण चैनल
- (d) ग्रामीण क्षेत्रों में विपणन संचार

Which of the following is NOT typically considered a component of rural marketing in India?

- (a) Rural consumer demand analysis
- (b) Urban retail chain management
- (c) Channels of distribution
- (d) Marketing communication in rural areas

(ii) निम्न में से कौन कृषि बाजार का घटक नहीं है?

- (a) उत्पादक
- (b) बिचौलिये
- (c) उपभोक्ता
- (d) कारखाने

[3]

Which of the following is not a component of the agricultural market?

- (a) Producers
- (b) Middlemen
- (c) Consumers
- (d) Factories

(iii) किस प्रकार के बाजार में तत्काल डिलीवरी और भुगतान के लिए लेनदेन किया जाता है?

- (a) फॉरवर्ड मार्केट
- (b) कैश मार्केट
- (c) सट्टा बाजार
- (d) एक्सचेंज बाजार

In which type of market are transactions made for immediate delivery and payment?

- (a) Forward Market
- (b) Cash Market
- (c) Speculative Market
- (d) Exchange Market

(iv) भारत में पहला विनियमित बाजार किस वर्ष स्थापित किया गया था?

- (a) 1886
- (b) 1928
- (c) 1947
- (d) 1956

In which year was the first regulated market established in India?

- (a) 1886
- (b) 1928
- (c) 1947
- (d) 1956

[4]

- (v) निम्न में से कौन कृषि उत्पादों के परिवहन का साधन नहीं है?
- (a) सड़क मार्ग
(b) रेलवे
(c) वायु मार्ग
(d) बैंकिंग

Which of the following is not a means for farm products?

- (a) Roadways
(b) Railways
(c) Airways
(d) Banking

खण्ड - 'ब'

Section - 'B'

(लघुउत्तरीय प्रश्न)

(Short Answer Type Questions)

[2 × 5 = 10]

नोट : सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न करना अनिवार्य है। प्रत्येक प्रश्न 2 अंकों का है।

Note : Attempt all five questions. One question from each unit is compulsory. Each question carries 2 marks.

इकाई - I

Unit - I

2. ग्रामीण विपणन में उत्पाद प्रबंधन का क्या महत्व है?

What is the importance of Product management in rural marketing?

अथवा

OR

C-3-(453/600)

402203

[5]

भारत के ग्रामीण बाजारों में वितरण चैनलों की भूमिका क्या है?
What is the role of distribution channels in India's rural markets?

इकाई - II

Unit - II

3. कृषि विपणन को परिभाषित करें और इसकी प्रकृति स्पष्ट करें।
Define agricultural marketing and explain its nature.

अथवा

OR

कृषि उत्पादों और निर्मित वस्तुओं के दो प्रमुख अंतर लिखिए।
Mention two major difference between agricultural products and manufactured goods.

इकाई - III

Unit - III

4. कृषि उपभोक्ता वस्तुओं के वितरण चैनल क्या होते हैं?
What are channels of distribution for agricultural consumer goods.

अथवा

OR

“कैश मार्केट” की संक्षिप्त रूप में व्याख्या करें।
Explain the concept of cash market in brief.

इकाई - IV

Unit - IV

5. भारत में वर्तमान विपणन विनियमन प्रणाली की दो प्रमुख सीमाएँ क्या हैं?

What are two main limitations of the present marketing regulation system in India?

अथवा

OR

C-3-(453/600)

402203

[P.T.O.]

[6]

विनियमित बाजारों के दो लाभों के नाम लिखिए।

Name any advantages of regulated markets.

इकाई - V

Unit - V

6. कृषि उत्पादों के विपणन में ग्रेडिंग का क्या महत्व है?

What is the importance of grading in the marketing of farm products?

अथवा

OR

कृषि उत्पादों की पैकिंग में प्रयुक्त दो सामान्य सामग्री के नाम लिखिए।

Name two materials commonly used for packaging agricultural products.

खण्ड - 'स'

Section - 'C'

(दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

(Long Answer Type Questions)

[5 × 5 = 25]

नोट : निम्नलिखित में सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 5 अंकों का है।

Note : Attempt all five questions from following. Each question carries 5 marks.

इकाई - I

Unit - I

7. भारत के ग्रामीण विपणन की विशेषताओं पर प्रकाश डालते हुए, ग्रामीण उपभोक्ताओं की मांग के आयामों और बाजार विभाजन की व्याख्या करें।

Highlight the characteristics of rural marketing in India and explain the dimensions of rural consumer demand and market segmentation.

C-3-(453/600)

402203

[7]

अथवा

OR

ग्रामीण विपणन में विक्री बल (Sales Force) के कार्यों और विपणन संचार की भूमिका पर विस्तार से चर्चा करें।

Discuss in detail the role of sales force tasks and marketing communication in rural marketing.

इकाई - II

Unit - II

8. कृषि विपणन की संकल्पना, क्षेत्र और विषय-वस्तु का विस्तार से वर्णन कीजिए।

Explain the concept, scope, and subject matter of agricultural marketing in detail.

अथवा

OR

आप बाजार संरचना से क्या समझते हैं? इसके घटकों, गतिशीलता तथा बाजार बलों के साथ इसके संबंध की व्याख्या कीजिए।

What do you understand by market structure? Discuss its dynamics, components, and relation with market forces.

इकाई - III

Unit - III

9. "कमोडिटी एक्सचेंज", और "प्रोड्यूस एक्सचेंज" के बीच अंतर को उदाहरण सहित समझाइए।

Discuss the difference between commodity exchange and produce exchange with examples.

अथवा

OR

"फॉरवर्ड डीलिंग", "एक्सचेंज मार्केट", "स्पेकुलेटिव मार्केट" जैसे विभिन्न प्रकार के बाजारों का उपयुक्त उदाहरणों सहित वर्णन करें।

C-3-(453/600)

402203

[P.T.O.]

Discuss various types of markets like forward dealing, exchange market, and speculative market with suitable example.

इकाई - IV

Unit - IV

10. भारत में विनियमित बाजारों की उत्पत्ति और समय के साथ उनके विकास पर चर्चा कीजिए।

Discuss the genesis of regulated markets in India and how they have evolved over time.

अथवा

OR

विनियमित बाजारों के संगठन की व्याख्या कीजिए तथा भारत में उनके भविष्य को बेहतर बनाने के सुझाव दीजिए।

Explain the organization of regulated markets and suggest improvements for their future in India.

इकाई - V

Unit - V

11. कृषि उत्पादों के विपणन में परिवहन के लाभों को समझाइए।
Explain the advantages of transportation in the marketing of farm products.

अथवा

OR

मानकीकरण को परिभाषित कीजिए तथा कृषि उत्पादों के संदर्भ में इसके प्रकार और मापदण्डों पर चर्चा कीजिए।

Define standardization and discuss its types and criteria in relation to agricultural produce.

M.Com = 2025

Printed Pages- 8

402204

M.Com. (Fourth Semester)

Examination, 2025

MARKETING

INTERNATIONAL MARKETING

Paper : IV

Time Allowed : Three hours

Maximum Marks : 40 Reg./ 50 Pvt.

नियमित परीक्षार्थियों के लिए निर्देश-

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। खण्ड-अ से वस्तुनिष्ठ 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है। खण्ड-ब से लघु उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना है अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है। खण्ड-स से दीर्घ उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 5 अंकों का है।

For direction of regular students:

All question are compulsory. Section-A objective type attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 1 mark. Section-B short answer type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 2 marks. Section- C Long answer type attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 5 marks.

स्वाध्यायी परीक्षार्थियों के लिए निर्देश:

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। खण्ड-अ से वस्तुनिष्ठ 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 1 अंकों का है। खण्ड-ब से लघु उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 3 अंकों का है। खण्ड-स से दीर्घ उत्तरीय 5 प्रश्न हल करना अनिवार्य है, प्रत्येक प्रश्न 6 अंकों का है।

For direction of private students:

All question are compulsory, Section-A objective type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 1 mark. Section-B short answer type, attempt all the 5 questions are compulsory, each question carries 3 marks. Section-C Long answer type attempt all the 5 questions are compulsory question carries 6 marks.

C-3 (454/600)

402204

[P.T.O.]

[2]

खण्ड - 'अ'

Section - 'A'

(वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

(Objective Type Questions)

[5 × 1 = 5]

नोट : निम्नलिखित सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है।

Note : Attempt all the following questions. Each question carries 1 mark.

1. सही उत्तर का चयन कीजिए -

Choose the correct answer -

(i) निम्नलिखित में से कौन-सा अंतर्राष्ट्रीय बाजार में प्रवेश का तरीका नहीं है?

- (a) संयुक्त उद्यम
- (b) लाइसेंसिंग
- (c) फ्रेंचाइजिंग
- (d) घरेलू खुदरा विक्री

Which of the following is not a mode of entering the International markets?

- (a) Joint venture
- (b) Licensing
- (c) Franchising
- (d) Domestic retailing

(ii) उत्पाद अनुकूलन की अवधारणा का अर्थ है -

- (a) स्थानीय बाजार के उत्पाद को यथावत् प्रस्तुत करना

[3]

- (b) स्थानीय बाजारों के अनुरूप उत्पाद की विशेषताओं में परिवर्तन करना
- (c) वैश्विक स्तर पर उत्पादों का मानकीकरण
- (d) उत्पाद परिवर्तन से बचना

The concept the product adaptation means-

- (a) Introducing the product to the local market as-is
- (b) Changing product features to suit local markets
- (c) Standardizing products globally
- (d) Avoiding product changes

(iii) सार्क की स्थापना हुई -

- (a) 1992
- (b) 1985
- (c) 1975
- (d) 2001

SAARC was established in -

- (a) 1992
- (b) 1985
- (c) 1975
- (d) 2001

(iv) एक मध्यस्थ के माध्यम से विदेशी खरीददारों को उत्पाद बेचने वाली फर्म निम्न में संलग्न है-

- (a) प्रत्यक्ष निर्यात
- (b) अप्रत्यक्ष निर्यात
- (c) लाइसेंसिंग
- (d) फ्रेंचाइजिंग

[4]

A firm selling products to foreign buyers through an intermediary is engaging in -

- (a) Direct exporting
 - (b) Indirect exporting
 - (c) Licensing
 - (d) Franchising
- (v) अंतर्राष्ट्रीय विपणन मिश्रण में शामिल है -
- (a) उत्पाद, मूल्य, प्रचार, स्थान
 - (b) योजना, उत्पादन, पैकेजिंग, प्रचार
 - (c) लोग, उत्पाद, प्रचार, कीमत
 - (d) उत्पाद, प्रक्रिया, लाभ, स्थान

The international marketing mix includes-

- (a) Production, price, promotion,
- (b) Planning, production, packaging, promotion
- (c) People, product, promotion, price
- (d) Product, process, profit, place

खण्ड - 'ब'

Section - 'B'

(लघुउत्तरीय प्रश्न)

(Short Answer Type Questions)

[5 × 2 = 10]

नोट : सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न करना अनिवार्य है। प्रत्येक प्रश्न 2 अंकों का है।

Note: Attempt all five questions. One question from each unit is compulsory. Each question carries 2 marks.

[5]

इकाई - I

Unit - I

2. अंतर्राष्ट्रीय विपणन वातावरण के प्रमुख तत्व क्या हैं?

What are the key elements of the international marketing environment?

अथवा/OR

अंतर्राष्ट्रीय विपणन का दायरा क्या है?

What is the scope of international marketing?

इकाई - II

Unit - II

3. मूल्य उद्धरण से आपका क्या अभिप्राय है?

What do you by price quotation?

अथवा/OR

विदेशी उत्पाद विकास क्या है? इसकी दो विधियाँ लिखिए।

What is overseas product development? Write their two methods.

इकाई - III

Unit - III

4. एक उदाहरण से प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष व्यापार के बीच अंतर बताएं। Distinguish between direct and indirect trading with one example.

अथवा/OR

अंतर्राष्ट्रीय विपणन में प्रत्यक्ष रेटिंग की कोई दो विधियाँ सूचीबद्ध करें।

List any two methods of direct trading in international marketing.

[6]

इकाई - IV

Unit - IV

5. निर्यात ऋण क्या है? कोई दो उद्देश्य बताइये।

What is export credit? Mention any two objectives.

अथवा/OR

अंतर्राष्ट्रीय व्यापार में निर्यात ऋण के महत्व पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

Write short note on the importance of export credit in international trade.

इकाई - V

Unit - V

6. भारतीय निर्यात-आयात बैंक से आप क्या समझते हैं?

What do you mean by export-import Bank of India?

अथवा/OR

भारत द्वारा किये जाने वाले विदेशी व्यापार के कोई दो प्रकार बताइये।

State any two types of foreign trade conducted by India.

खण्ड - 'स'

Section - 'C'

(दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

(Long Answer Type Questions)

[5 × 5 = 25]

नोट : निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 5 अंकों का है।

Note : Attempt any five questions from following. Each question carries 5 marks.

7. अंतर्राष्ट्रीय विपणन को परिभाषित करें। आज के व्यावसायिक वातावरण में इसके दायरे, प्रकृति और महत्व को समझाइए।

C-3-(454/600)

402204

[7]

Define international marketing. Explain its scope, nature and significance in today's business environment.

अथवा/OR

अंतर्राष्ट्रीय विपणन के आंतरिक और बाह्य वातावरण पर चर्चा करें। ये कारक विदेशी बाजार की पहचान और चयन को कैसे प्रभावित करते हैं?

Discuss the internal and external environment of international marketing. How do these factors affect foreign market identification and selection?

8. निर्यात संगठन क्या है? इसकी संरचना और प्रकारों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों पर चर्चा करें।

What is an export organization? Discuss the various factors affecting its structure and types.

अथवा/OR

उत्पादक विकास क्या है? विदेशी बाजारों के लिए उत्पादों को विकसित करने या संशोधित करने के लिए कंपनियों द्वारा उपयोग की जाने वाली विभिन्न रणनीतियों और विधियों की व्याख्या करें।

What is product development? Explain the different strategies and methods by companies to develop or modify products for overseas markets.

9. अंतर्राष्ट्रीय विपणन में प्रयुक्त भुगतान विधियों की व्याख्या करें। इसमें क्या जोखिम शामिल हैं?

Explain the methods of payment used in international marketing. What are the risks involved?

अथवा/OR

प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष को परिभाषित करें। दोनों में इस्तेमाल की जाने वाली विभिन्न विधियों का विस्तार से वर्णन करें। छोटे निर्यातकों के लिए कौन-सी विधि अधिक उपयुक्त है और क्यों?

C-3 (454/600)

402204

[P.T.O.]

Define direct and indirect trading. Describe in detail the various methods used in both. Which one is more suitable for small exporters and why?

10. भारत में निर्यात व्यापार को सुविधाजनक बनाने में भारतीय निर्यात ऋण गारंटी निगम लिमिटेड (इंसीजीसी) और भारतीय निर्यात आयात बैंक (एक्जिम बैंक) की भूमिका पर चर्चा करें।

Discuss the role of the export credit guarantee corporation of India limited (ECGC) and the export import Bank of India (EXIM Bank) in facilitating export trading in India.

अथवा/OR

निर्यात व्यापार में जोखिम से आप क्या समझते हैं? निर्यात ऋण में वाणिज्यिक बैंकों और वित्तीय संस्थाओं की भूमिका पर चर्चा करें।

What do you mean by risk in exporter? Discuss the role of commercial banks and financial institution in export credit.

11. विदेशी व्यापार को परिभाषित करें। भारत के निर्यात को बढ़ाने में विशेष आर्थिक क्षेत्रों (SEZ) और विदेश व्यापार नीति की भूमिका पर चर्चा करें।

Define foreign trade. Discuss the role of special economic zones (SEZs) and foreign trade policy in boosting India's exports.

अथवा/OR

विश्व व्यापार संगठन में भारत की भूमिका पर एक नोट लिखें। विश्व व्यापार संगठन के उद्देश्यों और कार्यों का वर्णन करें। विश्व व्यापार संगठन ने अंतर्राष्ट्रीय व्यापार को विनियमित करने में किस प्रकार मदद की है?

Write a note on India's role in the WTO. Describe the objective and functions of the WTO. How has WTO helped in regulating international trade?