

DSE-1B

PRINCIPLES OF MARKETING

Answer all the assignment

15×4 = 60

সব assignment গুলির উত্তর দাও

সবই প্রশ্নকা উত্তর দিনুহোস্

1. “Marketing is different from selling.” — Explain the statement. You are also required to discuss the challenges faced by the marketers in the contemporary business environment. 5+10 =15

“Marketing is different from selling.” — इस कथन की पुष्टि कीजिये। इस नये व्यवसाय युग में, एक marketer को क्या क्या समस्याओं का सामना करना पड़ता है, इस बारे में लिखिये।

“বাজারকরণ এবং বিক্রয়করণ এক বিষয় নয়” – উক্তিটি বর্ণনা করো। বর্তমান বাণিজ্যিক পরিবেশে একজন বিপণনকারী যে-সকল বাধা-বিপত্তির সম্মুখীন হন তা সবিস্তারে উল্লেখ করো।

‘মার্কেটিং বিক্রী भन्दा फरक छ’— यो विवरण लाई बुझाउनुहोस्। सामकालीन व्यापार वातावरणमा marketers हरुले सामना गरिरहेका चुनौतीहरूको बारेमा पनि पताईले छलफल गर्नु आवश्यक छ।

2. Briefly discuss the different stages through which a consumer passes while buying a consumer durable, say a computer or a nondurable, say, a shampoo. Explain why psychological factors are important in taking a purchase decision of high involvement product. 10+5 =15

Consumer durable खरीदते समय, कोई consumer किन किन stages से गुजरना पड़ता है— जैसे computer या nondurable, या shampoo. आप को बताना है कि क्यों psychological factors किसी अधिक दाम के product खरीदने के वक्त बहुत महत्व रखता है।

एकजन ग्राहक यখন एकटि ग्राहक-टेकसई (consumer durables) द्रव्य, येमन कम्पिउटर अथवा एकटि ग्राहक-अ-टेकसई (consumer nondurable) द्रव्य, येमन श्याम्पू किनछेन; तखन ये पर्याय वा पद्धतिर मध्य दिये अतिवाहित हन ता संक्षिप्तकारे वर्णना करे। सक्रियभावे सम्पर्कित (high involvement) द्रव्य केनार क्षेत्त्रे मनञ्जाङ्घिक विषयगुलि आलोचना करे।

संक्षिप्त रूपमा विभिन्न चरणहरू जुन ग्राहक पृष्ठहरू एउटा उपभोक्ता टिकाऊ, एक कम्प्युटर वा गैर टिकाऊ, शैम्पू भन्नहोस्, खरीद गर्दा पारित गर्द छ तैसको छलफल गर्नुहोस्। किन उच्च उत्पादकी खरीद निर्णय लिनको लागि मनोवैज्ञानिक कारक महत्त्वपूर्ण छन् वर्णन गर्नुहोस्।

3. When a firm develops a new product for the first time, it has to set a price. In this context you are required to discuss the factors that are to be taken into consideration while setting the price of a new product. Also discuss the pricing strategy that you recommend for the new product. 10+5 = 15

जब भी कोई firm किसी नये product को पहली बार market में लाती है, उसे उस product की price निर्धारण करना पड़ता है— इस सन्दर्भ में आप किन किन factors का ध्यान रखेंगे। कोई नया product के लिए आप कैसी pricing strategy को अनुमोदन करेंगे।

“यखन एकटि विपणन संस्था कोनो नतुन द्रव्य बाजारीकृत करते चाय तखन एकटि मूल्य निर्धारण करते हय।” – एइ प्रेक्षिते कि कि विषय विवेचना करते हय ? नतुन द्रव्येर मूल्य निर्धारण संक्राञ्च कि कि कौशल तुमि सुपारिश करवे।

जब फर्मले पहिलो पटक नयाँ उत्पाद विकास गर्दछ यसकी मूल्य सेट गर्नुपर्दछ। यस सन्दर्भमा तपाईंले नयाँ उत्पादको मूल्य तय गर्दा विचारमा लिनु पर्ने कारकहरू छलफल गर्न आवश्यक छ। नयाँ उत्पादनको लागि तपाईंले सिफारिस बगर्ने मूल्य निर्धारण रणनीतिको बारेमा पनि छलफल गर्नुहोस्।

4. Explain the different tools of promotion used by the marketers for promoting their products / services. You are also required to highlight the unique features and significance of Direct Marketing. Personal selling and Public Relations in Marketing. 10+5=15

कोई भी marketer के पास किस तरह के tools मौजूद होते हैं, अपने products / services के promotion के लिए। आपको इन सब की विशेषता एवं महत्व का वर्णन करना है— Direct Marketing, Personal selling and Public Relations.

एकजन विपणनकारी तार द्रव्य वा सेवा प्रचारिकरणेर क्षेत्रे ये पद्धतिगुलि अबलम्बन करेन, ता वर्णना करे। एइ प्रेक्षिते सरासरी विपणन, व्यक्तिगत उद्योगे विक्रय एवंग जनसम्पर्क स्थापन सम्पर्कित सुनिर्दिष्ट वैशिष्ट्य एवंग एदेर सार्थकता आलोचना करे।

Marketers ले आफ्ना उत्पादनहरुको promotion को लागि प्रयोग गरेको पदोन्नतिको (promoting) विभिन्न उपकरणहरु वर्णन गर्नुहोस्। तपाईंले Direct Marketing, Personal selling र Public Relations in Marketing को अनुपम सुविधाहरु र महत्त्व हाइलाइट गर्न आवश्यक छ।

—x—