



B.Com/4th Sem /COAH/25(NEP)

2025

4th Semester Examination (CCFUP: NEP)

ACCOUNTING & FINANCE

Paper : MJ 5-T (Single Core Major)

(Principles of Marketing]

Full Marks : 60

Time : Three Hours

The figures in the margin indicate full marks.

*Candidates are required to give their answers
in their own words as far as practicable.*

Group - A

Answer any *five* questions : $2 \times 5 = 10$

1. Write two features of the product life cycle.
2. What is 'Marketing mix'?
3. What is meant by 'Consumer behaviour'?
4. What is 'Target market'?
5. Define branding.
6. What is 'Skimming Pricing'?
7. What is packaging?
8. Define Personal Selling.

P.T.O.

(2)

Group - B

Answer any *four* questions :

5×4=20

9. State the major objectives of pricing decisions of a firm.
10. Discuss the factors determining the promotion mix of a company.
11. What is meant by market segmentation? What are the importance of market segmentation?
12. Briefly explain the importance of Branding.
13. What is meant by product positioning? What is its importance?
14. Explain the need for new product development.

Group - C

Answer any *three* questions :

10×3=30

15. State the stages of Consumer Buying Decision Process.
Discuss the factors affecting consumer buying behaviour.
16. Distinguish between Selling and Marketing.
17. Discuss the factors to be considered while determining the price of a product.
18. Discuss the bases of Market Segmentation.
19. "Advertising spending is actually wasteful" – Justify the statement by giving for and against reasons.

(3)

বঙ্গানুবাদ

বিভাগ - ক

যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও : $২ \times ৫ = ১০$

- ১। পণ্যের জীবনচক্রের দুটি বৈশিষ্ট্য লেখো।
- ২। বিপণন মিশ্রণ কী?
- ৩। ভোক্তার আচরণ বলতে কী বোঝায়?
- ৪। 'লক্ষ্য বাজার' কী?
- ৫। ব্র্যান্ডিং (Branding)-এর সংজ্ঞা দাও।
- ৬। 'মাখনতোলা' মূল্য নির্ধারণ কী?
- ৭। মোড়কজাতকরণ কী?
- ৮। ব্যক্তিগত বিক্রয়ের সংজ্ঞা দাও।

বিভাগ - খ

যে-কোনো চারটি প্রশ্নের উত্তর দাও : $৫ \times ৪ = ২০$

- ৯। কোনো প্রতিষ্ঠানের মূল্য নির্ধারণ সিদ্ধান্তের প্রধান উদ্দেশ্যগুলি আলোচনা করো।
- ১০। কোনো প্রতিষ্ঠানের প্রচার মিশ্রণ (Promotion Mix) নির্ধারণের উপাদানগুলি আলোচনা করো।

P.T.O.

- ১১। বাজার বিভাজন বলতে কী বোঝায়? বাজার বিভাজনের গুরুত্ব লেখো।
- ১২। পণ্যের নামকরণ বা ব্র্যান্ডিং-এর গুরুত্ব সংক্ষেপে আলোচনা করো।
- ১৩। পণ্যের অবস্থান নির্ধারণ বলতে কী বোঝানো হয়। এর গুরুত্ব কী?
- ১৪। নতুন পণ্য উন্নয়নের প্রয়োজনীয়তা ব্যাখ্যা করো।

বিভাগ - গ

যে-কোনো তিনটি প্রশ্নের সংক্ষিপ্ত উত্তর দাও : $১০ \times ৩ = ৩০$

- ১৫। ভোক্তার ক্রয়সিদ্ধান্ত গ্রহণের স্তর বা ধাপগুলি উল্লেখ করো। ভোক্তার ক্রয়সিদ্ধান্ত নির্ধারণকারী বিষয়সমূহ আলোচনা করো।
- ১৬। বিক্রয় ও বিপণনের মধ্যে পার্থক্য নিরূপণ করো।
- ১৭। পণ্যের দাম নির্ধারণে বিবেচ্য বিষয়সমূহ আলোচনা করো।
- ১৮। বাজার বিভাজনের ভিত্তিগুলি সম্বন্ধে আলোচনা করো।
- ১৯। “বিজ্ঞাপন বাবদ ব্যয় প্রকৃতপক্ষে অপব্যয়” —এই বক্তব্যের পক্ষে ও বিপক্ষে যুক্তিগুলি তুলে ধরো।