

(7) (6-11)

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 205

D

Unique Paper Code : 2412081102

Name of the Paper : Business Laws

Name of the Course : B.Com. (H)

Semester : 1 – March 2023 UGCF Mode

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 90

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

P.T.O.

1. (a) State with reason whether the following statements are true or false:
- (i) Anything done in ignorance of offer does not amount to acceptance.
 - (ii) Presence of consideration is required, adequacy of consideration is not required.
 - (iii) Transactions collateral to illegal agreements are not always illegal. (12)
- (b) A minor takes a loan of 50000 at 10% interest. After attaining majority, he makes a fresh promise to pay the loan taken during minority. Is this promise enforceable by the lender. (6)

(OR)

- (a) Critically comment on the following:
- (i) Stranger to consideration can sue provided he is party to contract.
 - (ii) Unilateral mistake does not affect a contract.
 - (iii) Mere mental assent does not amount to acceptance. (12)
- (b) Ramesh sold his artificial Jewellery business in London to Jhon. Ramesh promised not to do any business relating to real or artificial jewellery anywhere in London for two years. But after a month he started real jewellery business in London. Can Jhon prevent him from doing this? (6)

2. (a) Discuss when a sub agent can be appointed and when it cannot be appointed. What impact it will have on liability of principal toward third parties. (6)
- (b) Differentiate between indemnity and guarantee. (6)
- (c) Anish finds jewellery lying on the corridors of his office. What is Anish's position? Explain his rights and duties. (6)

(OR)

- (a) "Liability of Surety is co-extensive with that of the Principal Debtor". Comment. (6)
- (b) Ratification tantamounts to prior authority. Discuss. (6)
- (c) Differentiate between Bailment and Pledge. (6)
3. (a) "In a contract of sale there is no implied condition as to quality and fitness of goods for buyer's purpose". Comment. (6)
- (b) What remedies are available to buyer if the seller delivers the wrong quantity or wrong quality of goods? (6)
- (c) A sells a TV to B for 50000. Ownership passed to the buyer but TV is yet to be delivered to B. By mistake A sells the same TV to C for 50000. Can B now take back the TV from C. (6)

(OR)

- (a) "Right of stoppage in transit is an extension of right of lien for an unpaid seller". Comment. (6)
- (b) Discuss the rules for transfer of ownership in ascertained goods. (6)
- (c) Amar orders 500 tins of fruit juice packed in cases containing 20 tins per case. The juice was delivered to Amar but it was packed in cases containing 10 tins per case, though juice was of the same quality. Can A reject the goods? (6)
4. (a) Limited Liability Partnership combines the advantages of both Traditional Partnership and Company. Discuss. (6)
- (b) Discuss the procedure for changing the registered office of LLP. (6)
- (c) How is an LLP incorporated? Discuss. (6)

(OR)

- (a) Discuss the steps to be followed in formation of LLP online. (6)
- (b) Discuss the qualifications / disqualifications for being Designated Partner of LLP. What role does Designated partner play in LLP? (6)
- (c) Write a note on choosing and changing name of LLP. (6)

5. (a) "Difficulty of performance does not discharge a contract but impossibility does". Comment giving examples. (9)
- (c) Discuss the procedure for converting a traditional Partnership to LLP. What will be the consequences of such conversion? (9)

(OR)

- (a) Discuss the rules relating to claiming damages for breach of contract giving suitable examples. (9)
- (b) Differentiate between Private Company and Limited Liability Partnership. (9)

(अ) कारण सहित बताएं कि निम्नलिखित कथन सही हैं या गलत :

- (i) प्रस्ताव की अज्ञानता में किया गया कोई भी कार्य स्वीकृति की श्रेणी में नहीं आता है।
- (ii) प्रतिफल की उपस्थिति आवश्यक है, प्रतिफल की धर्म्यता की आवश्यकता नहीं है।
- (iii) अवैध समझौतों के संपार्श्विक लेनदेन हमेशा अवैध नहीं होते हैं। (12)
- (ब) एक नाबालिग 50000 रुपये का ऋण 10% ब्याज पर लेता है। बालिग होने के बाद वह अव्यक्तता के दौरान लिए गए बार्ज को चुकाने का नया वादा करता है। क्या यह वादा ऋणदाता द्वारा लागू करने योग्य है। (6)

(या)

- (अ) निम्नलिखित पर आलोचनात्मक टिप्पणी कीजिए :
- (i) प्रतिफल के लिए अज्ञानही मुकदमा कर सकता है बशर्ते कि वह संविदा का पक्षकार हो।
 - (ii) एकतरफा गलती किसी अनुबंध को प्रभावित नहीं करती है।
 - (iii) केवल मानसिक स्वीकृति ही स्वीकृति को बराबर नहीं है।
- (ब) रमेश ने लंदन में अपना कृत्रिम आभूषणों का व्यवसाय जॉन को खेच दिया। रमेश ने दो साल तक लंदन में वहीं भी असली या कृत्रिम आभूषणों से संबंधित कोई भी व्यवसाय नहीं करने का वादा किया। लेकिन एक महीने बाद ही उन्होंने लंदन में असली ज्वेलरी का बिजनेस शुरू कर दिया। क्या जॉन उसे ऐसा करने से रोक पाएगा?
2. (अ) चर्चा कीजिए कि उप-एजेंट कब नियुक्त किया जा सकता है और कब नियुक्त नहीं किया जा सकता है। तीसरे पक्ष के प्रति मूलधन के दायित्व पर इसका क्या प्रभाव पड़ेगा।
- (ब) प्रतिपूर्ति और गारंटी के बीच अंतर कीजिए।
- (स) अनीश को अपने कार्यालय के मतिपारे में पड़े आभूषण मिले। अनीश की स्थिति क्या है। उसके अधिकारों और कर्तव्यों का विवरण कीजिए।

(या)

- (अ) "जमानत का दायित्व मूल ऋणी के साथ सह-व्यापक है।" टिप्पणी कीजिए।

- (ब) अनुसमर्थन पूर्व प्राधिकरण के समान है। इस कथन पर चर्चा कीजिए।
- (स) जमानत और प्रतिज्ञा के बीच अंतर कीजिए।

3. (अ) "विक्री के अनुबंध में खरीदार के उद्देश्य के लिए माल की गुणवत्ता और उपयुक्तता के रूप में कोई निहित शर्त नहीं है।" टिप्पणी कीजिए।
- (ब) क्रेता के लिए क्या उपाय उपलब्ध हैं यदि विक्रेता माल की गलत मात्रा या गलत गुणवत्ता प्रदान करता है।
- (स) A, B को 50000 रुपये में एक टीवी बेचता है। इसका स्वामित्व खरीदार को दिया जाता है लेकिन टीवी को B को डिलीवर किया जाना बाकी है। गलती से A उसी टीवी को C को 50000 में बेच देता है। क्या अब B, C से टीवी वापस ले सकता है?

(या)

- (अ) "रास्ते में रुकने का अधिकार एक ऐसे विक्रेता के लिए हहणाधिकार के अधिकार का विस्तार है जिसे माल की एक्ज में धन प्राप्त नहीं हुआ है।" टिप्पणी कीजिए।
- (ब) निश्चित माल में स्वामित्व के हस्तांतरण के नियमों पर चर्चा कीजिए।
- (स) अमर 500 डिब्बे फलों के रस का आदेश देता है, जिसमें प्रति पेटो 20 डिब्बे होते हैं। रस अमर को दिया गया था लेकिन इसे 10 डिब्बे प्रति पेटो वाले डिब्बों में पैक किया गया था, हालांकि रस समान गुणवत्ता का था। क्या ए माल को अम्बोकार कर सकता है?

4. (अ) सीमित देयता भागीदारी पारंपरिक साझेदारी और कंपनी दोनों के लाभों को जोड़ती है। इस कथन पर चर्चा कीजिए। (6)
- (ब) एलएलपी को पंजीकृत कार्यालय को बदलने की प्रक्रिया पर चर्चा कीजिए। (6)
- (स) एलएलपी को कैसे निर्गमित किया जाता है? चर्चा कीजिए। (6)

(या)

- (अ) एलएलपी को ऑनलाइन नियमन में अपनाए जाने वाले कदमों पर चर्चा कीजिए। (6)
- (ब) एलएलपी को नामित भागीदार होने के लिए योग्यता / अयोग्यता पर चर्चा कीजिए। एलएलपी में मनोनीत भागीदार की क्या भूमिका होती है? (6)
- (स) एलएलपी का नाम घुनने और बदलने पर एक नोट लिखिए। (6)
5. (अ) "प्रदर्शन की कठिनाई एक अनुबंध का निर्वहन नहीं करती है लेकिन असंभवता करती है"। उदाहरण देते हुए टिप्पणी लिखिए। (9)
- (ब) एक पारंपरिक साझेदारी को एलएलपी में बदलने की प्रक्रिया पर चर्चा कीजिए। ऐसे रूपांतरण के परिणाम क्या होंगे? (9)

(या)

- (अ) उपयुक्त उदाहरण देते हुए अनुबंध को उल्लंघन के लिए हर्जाने का दावा करने से संबंधित नियमों की चर्चा कीजिए। (9)
- (ब) निजी कंपनी और सीमित देयता भागीदारी के बीच अंतर कीजिए। (9)

Dec-2022

[This question paper contains 16 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 204

D

Unique Paper Code : 2412081101

Name of the Paper : Management Principles and Applications

Name of the Course : B.Com. (Hons) UGCF Examination

Semester : I

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 90

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt **all** questions.
3. **All** questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलने ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।

P.T.O.

2. सभी प्रश्न कीजिए।
3. सभी प्रश्नों के समान अंक हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) "Management is the effective utilization of human and material resources to achieve the enterprise objective." Discuss this statement and explain the importance of management in today's scenario.

- (b) Why is coordination considered as the essence of management? Discuss the techniques of effective coordination.

OR

- (a) What is the core argument of contingency theory of management? Critically evaluate the contingency approach of management.
- (b) Define Indian Ethos for management. Elaborate the basic principles of Indian Ethos for management. (9+9)

2. (a) Management by Objective is comprehensive management system which integrates many key managerial activities in a systematic manner and that is consciously directed to achieve the stated objectives. Explain this statement and discuss the steps involved in MBO process.

- (b) What do you understand by Delphi approach of decision making? Explain the process of decision making in Delphi technique by giving examples.

OR

- (a) What do you understand by Industry structure? Discuss the primary model to assess the structure of industries developed by Michael. E. Porter.

- (b) What is Meso Environment? Elaborate the elements of Meso environment of a business firm by giving examples. (9+9)

3. (a) A manager frees himself from of his responsibility the moment he delegates a part of his authority to his subordinates. Comment on this statement and discuss the process of delegation of authority.

P.T.O.

- (b) Also discuss Differentiate between Departmentalization by Function and Departmentalization by product. Also give merits and demerits of Departmentalization by Function.

OR

- (a) "Both Formal and Informal Organizations are necessary for group activity just as two blades are essential to make a pair of scissors workable." Comment on this statement and differentiate between formal and informal organisation
- (b) Explain Team Organization Structure and Network Organization Structure. How these organizations are useful in modern complex business environment? Also discuss their merits and demerits. (9+9)
4. (a) What is Motivation? Discuss the various types of factors affecting Motivation.
- (b) "Leadership is the essence of Management". Comment on this statement and explain the various types of Leadership styles.

OR

- (a) What is Leadership? Discuss the factors affecting Leadership.
- (b) Explain and differentiate between Economic Added Value and Market Value Added techniques of controlling. (9+9)
5. Read the following case carefully and answer the questions given below :

Indian Oil Corporation was founded in 1959 as a public sector undertaking under Ministry of Petroleum and Natural Gas, Govt. of India. IOC is now global company with diversified portfolio in almost all streams of oil & gas, petrochemicals and alternate energy sources. It is India's highest ranking energy PSU in Fortune-500 list with a rank of 142 in 2022. IOC is well known for State-of-the-art technologies, Cutting Edge R&D, Quality consciousness, World Best Practices, Responsible tapping of energy in all its

P.T.O.

forms; Delivery of products to customers at affordable rates, and Transparency in operations. It's R&D center at Faridabad is one of Asia's finest and offers a competitive advantage through world-class technology and process solutions and innovative products. It has installed Green Hydrogen plants in its refineries at Mathura and Faridabad.

Indian Oil's Vision with Values is "to broaden its horizons, to expand across new vistas, and infuse new-age dynamism among its employees." This vision is infused with core values of Care, Innovation, Passion and Trust. These core values and vision has helped IOC to grow and achieve success year after year.

IOC is a socially responsible enterprise. It has been partnering with communities in which it operates by supporting initiatives in the areas of health, family welfare, education, environment protection, potable water, sanitation, empowerment of women and other marginalized groups. It spent about Rs. 1,800 crores

on CSR during last four years across healthcare, education, skill development, women empowerment and environmental sustainability. IOC has a Sustainability and CSR Policy with a vision to operate its activities in providing energy solutions to its customers in a manner that is efficient, safe and ethical optimizes impact on environment and enhances quality of life of the community while ensuring sustainable growth of business and nation.

With the guiding spirit of its concern for customer service, social responsibility and sustainable development; it has fuel stations (petroleum, CNG and EV charging stations) spread all over India serving 30 million customers every day.

Health, Safety and Environment are the three pillars of IOC to ensure safe communities and happy stakeholders. It complies with all rules and regulations of Safety, Occupational Health and Environmental Protection. All refineries are certified with ISO:14064

standards for sustainable development and for Occupational Health and Safety Management Systems. Compliance with safety systems, procedures and environment laws are monitored at the unit, division and corporate levels. The safety and fire protection measures include a well-sensitized management, focus on imparting regular training and a culture of safety throughout the enterprise.

IOC has a Code of Conduct for its Board members and top management which emphasizes professionalism, utmost care, skill, diligence, honesty, good faith and integrity, high morals and ethical standards. Every officer is required to comply with its Code of Internal Procedures and Conduct in dealing with the securities of the company to prevent insider training.

Corporate Governance of IOC is based on three pillars of Transparency, Integrity and Accountability. It is intended to set higher standards of ethical and

responsible conduct of the company to maximize value for all stakeholders. It aims to strengthen the relationship of trust with its stakeholders. IOC's governance structures and processes are duly evolved and adopted from time to time reflecting emerging best practices.

From the above information about Indian Oil Corporation, answer the following questions :

- (i) Describe the values followed by IOC. Explain the pillars of its governance.
- (ii) What are the steps taken by IOC towards social responsibility and sustainable development?

OR

Write short notes on any **two** of the following :

- (i) Management Challenges of 21st Century
- (ii) Workplace Diversity
- (iii) Value oriented Holistic Management

P.T.O.

(iv) Management Lessons from Bhagwat Gita

(9+9)

1. (अ) "प्रबंध उद्यम उद्देश्य को प्राप्त करने के लिए मानव और भौतिक संसाधनों का प्रभावी उपयोग है।" इस कथन की विवेचना कीजिए तथा आज के परिदृश्य में प्रबंधन के महत्व की व्याख्या कीजिए।
- (ब) समन्वय को प्रबंधन का सार क्यों माना जाता है? प्रभावी समन्वय की तकनीकों की चर्चा कीजिए।

या

- (अ) प्रबंधन के आकस्मिकता सिद्धांत का मुख्य तर्क क्या है? प्रबंधन के आकस्मिक दृष्टिकोण का आलोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए।
- (ब) प्रबंधन के लिए भारतीय लोकाचार को परिभाषित कीजिए। प्रबंधन के लिए भारतीय लोकाचार के बुनियादी सिद्धांतों की व्याख्या कीजिए। (9+9)
2. (अ) उद्देश्य द्वारा प्रबंधन एक ऐसी व्यापक प्रबंधन प्रणाली है जो कई प्रमुख प्रबंधकीय गतिविधियों को एक व्यवस्थित तरीके से एकीकृत करता है और जो कथित उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए सचेत रूप से निर्देशित है। इस कथन की व्याख्या कीजिए और एमबीओ प्रक्रिया में शामिल चरणों की चर्चा कीजिए।

- (ब) निर्णय लेने के डेल्टी उपागम से आप क्या समझते हैं? डेल्टी तकनीक में निर्णय लेने की प्रक्रिया को उदाहरण सहित समझाइए।

या

- (अ) उद्योग संरचना से आप क्या समझते हैं? माइकल ई पोर्टर द्वारा विकसित उद्योगों की संरचना के आकलन के लिए प्राथमिक मॉडल की चर्चा कीजिए।
- (ब) मेलो पर्यावरण क्या है? एक व्यावसायिक फर्म के मेलो परिवेश के तत्वों को उदाहरण देकर समझाइए। (9+9)
3. (अ) एक प्रबंधक अपने उत्तरदायित्व से स्वयं को उसी क्षण मुक्त कर लेता है जब वह अपने अधिकार का एक भाग अपने अधीनस्थों को सौंपता है। इस कथन पर टिप्पणी कीजिए और प्राधिकार के प्रत्यापोजन की प्रक्रिया की विवेचना कीजिए।
- (ब) कार्य द्वारा विभागीकरण और उत्पाद द्वारा विभागीकरण के बीच अंतर पर भी चर्चा कीजिए। कार्य द्वारा विभागीकरण के गुण और दोष भी बताइए।

या

- (अ) "सामूहिक गतिविधि के लिए औपचारिक और अनौपचारिक दोनों संगठन आवश्यक हैं जैसे कैंची की एक जोड़ी को काम करने

योग्य बनाने के लिए दो ब्लेड आवश्यक हैं।" इस कथन पर टिप्पणी कीजिए और औपचारिक तथा अनौपचारिक संगठन में अंतर कीजिए।

- (ब) टीम संगठन संरचना और नेटवर्क संगठन संरचना की व्याख्या कीजिए। आधुनिक जटिल कारोबारी माहौल में ये संगठन कैसे उपयोगी हैं? साथ ही उनके गुण-दोषों पर भी चर्चा कीजिए। (9+9)

4. (अ) अभिप्रेरणा क्या है? अभिप्रेरणा को प्रभावित करने वाले विभिन्न प्रकार के कारकों की चर्चा कीजिए।

- (ब) "नेतृत्व प्रबंधन का सार है।" इस कथन पर टिप्पणी कीजिए तथा विभिन्न प्रकार की नेतृत्व शैलियों की व्याख्या कीजिए।

या

- (अ) नेतृत्व क्या है? नेतृत्व को प्रभावित करने वाले कारकों की विवेचना कीजिए।

- (ब) नियंत्रित करने की आर्थिक वर्धित मूल्य और बाजार मूल्य वर्धित तकनीकों के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए और अंतर कीजिए।

(9+9)

5. निम्नलिखित मामले को ध्यानपूर्वक पढ़िए और नीचे दिए गए प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

इंडियन ऑयल कॉर्पोरेशन की स्थापना 1959 में पेट्रोलियम और प्राकृतिक गैस मंत्रालय, सरकार के तहत एक सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रम के रूप में हुई थी। भारत की आईओसी अब तेल और गैस, पेट्रोकेमिकल्स और वैकल्पिक ऊर्जा स्रोतों की लगभग सभी धाराओं में विविध पोर्टफोलियो वाली वैश्विक कंपनी है। यह 2022 में 142 रैंक के साथ फॉर्च्यून-500 सूची में भारत का सर्वोच्च रैंकिंग वाला ऊर्जा पीएसयू है। इसके सभी रूपों, ग्राहकों को सस्ती दरों पर उत्पादों की डिलीवरी, और संचालन में पारदर्शिता है। फरीदबाद में इसका अनुसंधान एवं विकास केंद्र एशिया के सर्वश्रेष्ठ में से एक है और विश्व स्तरीय प्रौद्योगिकी और प्रक्रिया समाधान और अभिनव उत्पादों के माध्यम से प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्रदान करता है। इसने मथुरा और फरीदबाद में अपनी रिफाइनरियों में हीन हाइड्रोजन संयंत्र स्थापित किए हैं।

मूल्यों के साथ इंडियन ऑयल का विजन "अपने शिपिंग को व्यापक बनाना, नए परिदृश्यों में विस्तार करना और अपने कर्मचारियों के बीच नए युग की गतिशीलता का संचार करना है।" यह दृष्टि देखभाल, नवाचार, जुनून और विश्वास के मूल मूल्यों से ओत-प्रोत है। इन मूल मूल्यों और विजन ने आईओसी को बढ़ने और सात-दर-सात सफलता हासिल करने में मदद की है।

P.T.O.

आईओसी एक सामाजिक रूप से जिम्मेदार उद्यम है। यह स्वास्थ्य, परिवार कल्याण, शिक्षा, पर्यावरण संरक्षण, पीने योग्य पानी, स्वच्छता, महिलाओं के सशक्तिकरण और अन्य हाशिए के समूहों के क्षेत्रों में पहल का समर्थन करके उन समुदायों के साथ साझेदारी कर रहा है जिनमें यह संचालित होता है। इसमें करीब रुपये खर्च हुए। इसने पिछले चार वर्षों के दौरान स्वास्थ्य सेवा, शिक्षा, कौशल विकास, महिला सशक्तिकरण और पर्यावरणीय स्थिरता पर सीएसआर पर लगभग 1,800 करोड़ रुपये खर्च किए। आईओसी के पास अपने ग्राहकों को ऊर्जा समाधान प्रदान करने में अपनी गतिविधियों को संचालित करने की दृष्टि से एक स्थिरता और सीएसआर नीति है जो कुशल, सुरक्षित और नैतिक है, पर्यावरण पर प्रभाव का अनुकूलन करती है और व्यवसाय के सतत विकास को सुनिश्चित करते हुए समुदाय के जीवन की गुणवत्ता को बढ़ाती है।

ग्राहक सेवा, सामाजिक जिम्मेदारी और सतत विकास के लिए अपनी धिता की मार्गदर्शक भावना के साथ, इसको ईंधन स्टेशन (पेट्रोलियम, सीएनजी और ईवी चार्जिंग स्टेशन) पूरे भारत में फैले हुए हैं जो हर दिन 30 मिलियन ग्राहकों को सेवा प्रदान करते हैं।

सुरक्षित समुदायों और खुश हितधारकों को सुनिश्चित करने के लिए स्वास्थ्य, सुरक्षा और पर्यावरण आईओसी के तीन स्तंभ हैं। यह सुरक्षा, व्यावसायिक स्वास्थ्य और पर्यावरण संरक्षण के सभी नियमों और विनियमों

का अनुपालन करता है। सभी रिफाइनरियां टिकाऊ विकास और व्यावसायिक स्वास्थ्य और सुरक्षा प्रबंधन प्रणालियों के लिए आईएसओ 14064 मानकों से प्रमाणित हैं। यूनिट, डिवीजन और कॉर्पोरेट स्तरों पर सुरक्षा प्रणालियों, प्रक्रियाओं और पर्यावरण कानूनों के अनुपालन की निगरानी की जाती है। सुरक्षा और अग्नि सुरक्षा उपायों में एक अच्छी तरह से संवेदनशील प्रबंधन, नियमित प्रशिक्षण प्रदान करने पर ध्यान देना और पूरे उद्यम में सुरक्षा की संस्कृति शामिल है।

आईओसी के पास अपने बोर्ड के सदस्यों और शीर्ष प्रबंधन के लिए एक आधार संहिता है जो व्यावसायिकता, अत्यंत सवधानी, कौशल, परिश्रम, ईमानदारी, सद्भाव और अखंडता, उच्च नैतिकता और नैतिक मानकों पर जोर देती है। इंसाइडर ट्रेडिंग को रोकने के लिए प्रत्येक अधिकारी को कंपनी की प्रतिभूतियों से निपटने में आंतरिक प्रक्रियाओं और आधार संहिता का पालन करना आवश्यक है।

आईओसी का कॉर्पोरेट प्रशासन पारदर्शिता, अखंडता और जवाबदेही के तीन स्तंभों पर आधारित है। इसका उद्देश्य सभी हितधारकों के लिए मूल्य को अधिकतम करने के लिए कंपनी के नैतिक और जिम्मेदार आचरण के उच्च मानक स्थापित करना है। इसका उद्देश्य अपने हितधारकों के साथ भरोसे के रिश्ते को मजबूत करना है। आईओसी के शासन ढांचे और प्रक्रियाओं को समय-समय पर उभरती सर्वोत्तम प्रथाओं को दर्शाते हुए विधिवत विकसित और अपनाया जाता है।

इंडियन ऑयल कॉर्पोरेशन के बारे में उपरोक्त जानकारी के आधार पर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

- (i) आईओसी द्वारा अनुसरित मूल्यों का वर्णन कीजिए। इसके शासन के स्तंभों की व्याख्या कीजिए।
- (ii) आईओसी द्वारा सामाजिक उत्तरदायित्व और सतत विकास की दिशा में क्या कदम उठाए गए हैं?

या

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (i) 21वीं सदी की प्रबंधन चुनौतियाँ
- (ii) कार्यस्थल विविधता
- (iii) मूल्य उन्मुख समय प्रबंधन
- (iv) भागवत गीता से प्रबंधन पाठ (9+9)

(10,000)

[This question paper contains 4 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 276-A C

Unique Paper Code : 22413305

Name of the Paper : DIGITAL MARKETING

Name of the Course : B.Com. (Hons.)

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. The question paper consists of **five** questions, each with an internal choice.
3. Each question carries **15** marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. प्रश्न पत्र में पाँच प्रश्न हैं, प्रत्येक के साथ एक आंतरिक विकल्प है।
3. प्रत्येक प्रश्न 15 अंक का है।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

P.T.O.

276-A

2

1. Going online is a necessary for marketers these days, not a choice." Do you agree with the statement? Support it in the light of the nature and importance of Digital Marketing.

Or

What are the challenges and opportunities being faced by digital marketers in the era of internet?

2. What is E-CRM? What are the essentials for effective E-CRM practices?

Or

What are the various stages involved in consumer's online buying decision process? Are these stages different than offline buying process? Explain with suitable examples.

3. Write short notes (Attempt any three):

- (a) POEM model
- (b) Affiliate Marketing
- (c) SEO
- (d) Internet Advertising

(3×5=15)

Or

What are the various types of ads given on the internet? Explain with suitable examples.

4. Write short notes:

- (a) Direct Marketing

276-A

3

(b) PPC Marketing

(c) Viral Marketing

(3×5=15)

Or

What is the concept of social network and online communities? List out the various reasons as to why do people join such networks and communities.

5. What are the ethical considerations being faced by Digital marketers these days? Explain with examples?

Or

Consumers Protection Act tries to provide speedy and easy redressal to consumers against all the frauds and unethical practices of Digital Marketers. Explain.

1. "आजकल किसी भी मार्केटर के ऑनलाइन होना आवश्यकता है, विकल्प नहीं," क्या आप इस कथन से सहमत हैं। डिजिटल मार्केटिंग की प्रकृति और महत्व के प्रकाश में इसका समर्थन कीजिए।

या

इंटरनेट के युग में डिजिटल मार्केटर किन चुनौतियों और अवसरों का सामना कर रहे हैं?

2. ई-सीआरएम क्या है? प्रभावी ई-सीआरएम प्रथाओं के लिए क्या आवश्यक है?

या

उपभोक्ता की ऑनलाइन खरीद निर्णय प्रक्रिया में शामिल विभिन्न चरण कौन से हैं? क्या ये चरण ऑफलाइन खरीदारी प्रक्रिया से भिन्न हैं? उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से समझाइए।

P.T.O.

3. लघु टिप्पणियां लिखिए (कोई तीन):

- (अ) पीओईएम मॉडल
- (ब) एफिलिएट मार्केटिंग
- (स) एसईओ
- (द) इंटरनेट विज्ञापन

(3×5=15)

या

इंटरनेट पर कितने प्रकार के विज्ञापन दिए जाते हैं? उपयुक्त उदाहरणों के साथ समझाइए।

4. लघु टिप्पणियां लिखिए:

- (अ) डायरेक्ट मार्केटिंग
- (ब) पीपीसी मार्केटिंग
- (स) वायरल मार्केटिंग

(3×5=15)

या

सोशल नेटवर्क और ऑनलाइन समुदायों की अवधारणा क्या है? लोग ऐसे नेटवर्क और समुदायों से क्यों जुड़ते हैं, इसके विभिन्न कारणों की सूची बनाएं।

5. इन दिनों डिजिटल विपणन किन नैतिक मुद्दों का सामना कर रहे हैं? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए?

या

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम डिजिटल मार्केटर की सभी घोषाधरी और अनैतिक प्रथाओं के खिलाफ उपभोक्ताओं को त्वरित और आसान निवारण प्रदान करने का प्रयास करता है। व्याख्या कीजिए।

(4000)

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 409A

C

Unique Paper Code : 22415304

Name of the Paper : Human Resource Management

Name of the Course : B.Com. (H) CBCS

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt all questions.
3. All questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र को मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।

P.T.O.

409A

2

2. सभी प्रश्न कीजिए।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) "HRM involves all managerial decisions and practices that directly affect or influence the people who work for the organizations". Discuss. (7.5)

- (b) What is human resource planning? What are its benefits to an industrial enterprise? (7.5)

Or

- (a) Discuss the role of HR manager in building up core competence and creating competitive advantage. (7.5)

- (b) What do you mean by job analysis? Discuss its uses in human resource management. (7.5)

2. (a) Discuss major external sources of recruitment of employees. (7.5)

409A

3

- (b) Discuss on-the-job training methods of training with examples. (7.5)

Or

- (a) What do you mean by induction? Discuss its objectives and importance. (7.5)

- (b) What is executive development? What are its objectives? Discuss 'sensitivity training' method of developing executives. (7.5)

3. (a) Explain the process of performance appraisal. (7.5)

- (b) Define promotion. Discuss the principles of an effective promotion policy. (7.5)

Or

- (a) What are the benefits and basic requisites of employee counselling? (7.5)

- (b) Define transfer. State the reasons for transfers. Explain the types of transfers. (7.5)

P.T.O.

409A

4

4. (a) Discuss in detail the non-analytical methods of job evaluation. (7.5)
- (b) Discuss the concept and objectives of compensation management. (7.5)

Or

- (a) Discuss various principles and approaches to the handling of employee grievances. (7.5)
- (b) Discuss the importance and measures of keeping the work-place healthy. (7.5)
5. (a) What is Employee empowerment? Explain its advantages and disadvantages. (7.5)
- (b) What is HR outsourcing? Explain commonly outsourced HR services. (7.5)

Or

Write short notes on **any two** of the following :

(7.5×2=15)

- (a) Behaviorally anchored rating scale BARS

409A

5

(b) Workforce diversity

(c) Green HRM

(d) Ethics in HRM

1. (अ) "एचआरएम में वे सभी प्रबंधकीय निर्णय और अभ्यास शामिल हैं जो संगठनों के लिए काम करने वाले लोगों को सीधे प्रभावित करते हैं या उन पर असर डालते हैं"। चर्चा कीजिए। (7.5)

(ब) मानव संसाधन नियोजन क्या है? किसी औद्योगिक उद्यम के लिए इसके क्या लाभ हैं? (7.5)

या

(अ) मुख्य क्षमता के निर्माण और प्रतिस्पर्धात्मक लाभ बनाने में मानव संसाधन प्रबंधक की भूमिका पर चर्चा कीजिए। (7.5)

(ब) कार्य विश्लेषण से आप क्या समझते हैं? मानव संसाधन प्रबंधन में इसके उपयोगों की चर्चा कीजिए। (7.5)

P.T.O.

409A

6

2. (अ) कर्मचारियों की भर्ती के प्रमुख बाह्य स्रोतों की विवेचना कीजिए। (7.5)
- (ब) उदाहरणों सहित प्रशिक्षण की ऑन व ऑफ प्रशिक्षण विधियों पर चर्चा कीजिए। (7.5)

या

- (अ) प्रेरण से आप क्या समझते हैं? इसके उद्देश्यों एवं महत्व की विवेचना कीजिए। (7.5)
- (ब) कार्यपालक विकास क्या है? इसके उद्देश्य क्या हैं? कार्यपालकों को विकसित करने की 'संवेदनशीलता प्रशिक्षण' पद्धति की चर्चा कीजिए। (7.5)
3. (अ) निष्पादन मूल्यांकन की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। (7.5)
- (ब) प्रमोशन को परिभाषित कीजिए। एक प्रभावी प्रमोशन नीति के सिद्धांतों की चर्चा कीजिए। (7.5)

या

- (अ) कर्मचारी काउंसिलिंग के लाभ और उसकी मूलभूत आवश्यकताएं क्या हैं? (7.5)

409A

7

- (ब) ट्रांसफर को परिभाषित कीजिए। ट्रांसफर के कारण बताइए। ट्रांसफर के प्रकारों को समझाइए। (7.5)
4. (अ) कार्य मूल्यांकन के गैर-विश्लेषणात्मक तरीकों की विस्तार से चर्चा कीजिए। (7.5)

- (ब) क्षतिपूर्ति प्रबंधन की अवधारणा और उद्देश्यों पर चर्चा कीजिए। (7.5)

या

- (अ) कर्मचारियों की शिकायतों से निपटने के लिए विभिन्न सिद्धांतों और दृष्टिकोणों पर चर्चा कीजिए। (7.5)
- (ब) कार्यस्थल को स्वस्थ रखने के महत्व और उपायों पर चर्चा कीजिए। (7.5)
5. (अ) कर्मचारी सशक्तिकरण क्या है? इसके फायदे और नुकसान बताएं। (7.5)
- (ब) एचआर आउटसोर्सिंग क्या है? सामान्य रूप से आउटसोर्स की गई मानव संसाधन सेवाओं की व्याख्या कीजिए। (7.5)

या

P.T.O.

409A

8

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

(7.5 × 2 = 15)

- (अ) व्यावहारिक रूप से एकरिंग रेटिंग स्केल चार
- (ब) कार्यबल विविधता
- (स) ग्रीन एचआरएम
- (द) एचआरएम में नैतिकता

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 272

C

Unique Paper Code : 22417514

Name of the Paper : Advertising and Personal
Selling

Name of the Course : B.Com. (Hons.)

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt all the questions.
3. All parts of a question should be attempted together.
4. All questions carry equal marks.
5. Answers may be written in English or Hindi but the same medium should be used throughout the paper.

P.T.O.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. प्रश्न के सभी भागों को एक साथ करने का प्रयास करना चाहिए।
4. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
5. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिये, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) Advertising helps in getting better value for money both for the producer as well as the consumer. Do you agree? Give reasons in support of your answer.

विज्ञापन निर्माता और उपभोक्ता दोनों को धन का बेहतर मूल्य प्राप्त करने में मदद करता है। क्या आप सहमत हैं? अपने उत्तर के समर्थन में कारण दीजिए।

- (b) Critically examine the DAGMAR approach for setting advertising objectives.

विज्ञापन उद्देश्यों को निर्धारित करने के लिए डीएजीएमएआर दृष्टिकोण की आलोचनात्मक विवेचना कीजिए।

OR

अथवा

- (a) Identify the type of advertising along with reasoning in the following cases:

(i) "Sunday hoyamondayrozkhaoande" by National Egg Coordination Committee

(ii) "Do BoondZindagiki" Polio Drops

(iii) McDowell's Music CDs

निम्नलिखित मामलों में तर्क सहित विज्ञापन के प्रकार की पहचान कीजिए:

(i) राष्ट्रीय अंडा समन्वय समिति द्वारा "संडे हो या नडे रोज खाओ अंडे"

(ii) "दो बुंद जिंदगी की" पोलियो ड्रॉप्स

(iii) मैकडोवेल की म्यूजिक सीडी

- (b) What is an advertising budget? Discuss any three important methods of setting the advertising budget.

एक विज्ञापन बजट क्या है? विज्ञापन बजट निर्धारण की किन्हीं तीन महत्वपूर्ण विधियों की चर्चा कीजिए।

2. (a) Enumerate the various appeals that can be considered while preparing an advertising copy with examples.

विज्ञापन प्रति तैयार करते समय जिन विभिन्न अपीलों पर विचार किया जा सकता है, उन्हें उदाहरणों सहित सूचीबद्ध कीजिए।

- (b) What is meant by advertising media? Discuss the advantages and drawbacks of Internet Advertising.

विज्ञापन मीडिया का क्या अर्थ है? इंटरनेट विज्ञापन के लाभ और कमियों की चर्चा कीजिए।

OR

अथवा

- (a) Explain the factors influencing selection of media. Suggest which advertising medium/media and specific channel/s are best suited for advertising the following products:

(i) DSLR Camera

(ii) Sport Utility Vehicle (SUV)

मीडिया के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए। सुझाव दीजिए कि निम्नलिखित उत्पादों के विज्ञापन के लिए कौन-सा विज्ञापन माध्यम/मीडिया और विशिष्ट चैनल/सारे सबसे उपयुक्त है:

(i) डीएसएलआर कैमरा

(ii) खेल उपयोगिता वाहन (एसयूवी)

(b) What is an advertising copy? Explain the various types of advertising copies.

एक विज्ञापन प्रति क्या है? विभिन्न प्रकार की विज्ञापन प्रतियों की व्याख्या कीजिए।

(a) Why do we need to measure advertising effectiveness? Explain the post-testing methods of evaluating advertising effectiveness.

हमें विज्ञापन प्रभावशीलता को मापने की आवश्यकता क्यों है? विज्ञापन प्रभावशीलता का मूल्यांकन करने पोस्ट टेस्टिंग तरीकों की व्याख्या कीजिए।

(b) What are the functions of an advertising agency? Briefly explain the various types of advertising agencies.

P.T.O.

विज्ञापन एजेंसी के कार्य क्या हैं? विज्ञापन एजेंसियों के विभिन्न प्रकारों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

OR

अथवा

- (a) When can an advertisement become deceptive? What are the remedies available against deceptive advertising?

कौन विज्ञापन कब भ्रामक हो सकता है? भ्रामक विज्ञापन के विरोधक क्या उपाय उपलब्ध हैं?

- (b) What is ASCI? What are the various fundamental principles given by ASCI?

एससीआई क्या है? एससीआई द्वारा दिए गए विभिन्न मौलिक सिद्धांत क्या हैं?

4. (a) The objective of personal selling is not to close a sale but to build long term relationships. Elaborate.

पर्सनल सेलिंग का उद्देश्य सेल पक्की करना नहीं बल्कि लंबी अवधि के संबंधों का निर्माण करना है। विस्तार से बताइए।

- (b) Explain the concept and types of buying motives with examples.

क्रय उद्देश्यों की अवधारणा और क्रय उद्देश्यों के प्रकारों की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।

OR

अथवा

- (a) What are the steps of selling process? Explain them briefly. Which is the most critical stage for a salesperson to handle?

विक्री प्रक्रिया के चरण क्या हैं? किसी सेल्सपर्सन के लिए कौन-से चरण सबसे कठिन होते हैं?

- (b) Explain AIDAS theory of selling.

AIDAS के विक्रय सिद्धांत की व्याख्या कीजिए।

Write Short Notes on any three of the following
(3×5=15)

- (i) Qualities of an Effective Salesperson
(ii) Media Scheduling

(iii) Bases for Target Audience Selection

(iv) Benefits of Sales Reports

(v) Types of Salespersons

(vi) Outdoor Advertising (3×5= 15)

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए

- (i) एक प्रभावी सेल्समैन के गुण
- (ii) सीविय सेल्सपर्सन
- (iii) लक्षित दर्शकों के चयन के लिए आधार
- (iv) सेल्स रिपोर्ट के लाभ
- (v) सेल्सपर्सन के प्रकार
- (vi) आउटडोर विज्ञापन

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 263

C

Unique Paper Code : 22411501

Name of the Paper : Principles of Marketing

Name of the Course : B.Com. (Hons.) CBCS,
Part III

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt all questions.
3. All parts of a question must be attempted together.
4. All questions carry equal marks.
5. Answers may be written in English or Hindi but the same medium should be used throughout the paper.

P.T.O.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. प्रश्न के सभी भागों को एक साथ करने का प्रयास करना चाहिए।
4. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
5. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिये, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) "The aim of marketing is to make selling superfluous." In the light of this statement explain what is marketing. (7)

"विपणन का उद्देश्य बिक्री को अनावश्यक बनाना है।" इस कथन के आलोक में स्पष्ट कीजिए कि विपणन क्या है।

- (b) How does change in a country's population age-mix and the growth of ethnic and racial diversity affect the marketer? (8)

किसी देश की जनसंख्या आयु-मिश्रण में परिवर्तन और जातीय और नस्लीय विविधता की वृद्धि विपणक को कैसे प्रभावित करती है?

OR

अथवा

- (a) "Holistic marketing acknowledges that everything matters in marketing and a broad, integrated perspective is often necessary." Elaborate the statement. (8)

"समग्र विपणन स्वीकार करता है कि विपणन में सब कुछ मायने रखता है और एक व्यापक, एकीकृत परिप्रेक्ष्य अक्सर आवश्यक होता है।" इस कथन की व्याख्या कीजिए।

- (b) Explain how the marketing of services is different from the marketing of goods. (7)

यह समझाइए कि सेवाओं का विपणन वस्तुओं के विपणन से किस प्रकार भिन्न है।

2. (a) What are the types of buying motives of a consumer? Give suitable examples (7)

उपभोक्ता के क्रय-प्रेरण के प्रकार क्या हैं? उपयुक्त उदाहरण दीजिए।

P.T.O.

(b) What is market segmentation? Suggest ways to segment the market for

(i) Mobile Phone

(ii) Bicycle (4,4)

बाजार खंडीकरण क्या है? निम्नलिखित के लिए बाजार का खंडीकरण करने के तरीके सुझाएं-

(i) मोबाइल फोन

(ii) साइकिल

OR

अथवा

(a) A consumer wants to purchase a Laptop. Explain his buying decision process. (8)

एक उपभोक्ता लैपटॉप खरीदना चाहता है। उसकी खरीद निर्णय प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।

(b) Differentiate between niche marketing and segment marketing. (7)

आला विपणन और खंड (segment) विपणन के बीच अंतर कीजिए।

3. (a) What is product mix? Explain the various product mix strategies. (7)

उत्पाद मिश्रण क्या है? विभिन्न उत्पाद मिश्रण रणनीतियों की व्याख्या कीजिए।

- (b) What is the significance of packaging? What are the main areas of concern? (8)

पैकेजिंग का क्या महत्व है? इसमें चिंता के मुख्य क्षेत्र क्या हैं?

OR

अथवा

- (a) Differentiate between line extension and brand extensions. (8)

लाइन एक्सटेंशन और ब्रांड एक्सटेंशन के बीच अंतर कीजिए।

- (b) "Product support services help the seller augment the product sold." Explain (7)

"उत्पाद समर्थन सेवाएं विक्रेता को बेचे गए उत्पाद को बढ़ाने में मदद करती हैं।" व्याख्या कीजिए।

P.T.O.

4. (a) How does a vertical marketing system differ from a conventional marketing channel? Explain (7)

एक वर्टिकल मार्केटिंग सिस्टम पारंपरिक मार्केटिंग चैनल से कैसे भिन्न होता है? व्याख्या कीजिए।

- (b) Explain the various factors which influence the pricing decision of a firm? (8)

फर्म के मूल्य निर्धारण निर्णय को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए?

OR

अथवा

- (a) "Nonstore retailing has been growing much faster than store retailing." Explain (8)

"स्टोर रिटेलिंग की तुलना में नॉनस्टोर रिटेलिंग बहुत तेजी से बढ़ रही है।" व्याख्या कीजिए।

- (b) Differentiate between cost based pricing and value based pricing? (7)

लागत आधारित मूल्य निर्धारण और मूल्य आधारित मूल्य निर्धारण के बीच अंतर कीजिए?

5. (a) "It is five times more expensive to find new customers than to retain existing customers." In the light of this statement explain relationship marketing? (7)

"नौजुद ग्राहकों को बनाए रखने की तुलना में नए ग्राहकों को खोजना पांच गुना अधिक महंगा है।" इस कथन के आलोक में रिलेशनशिप मार्केटिंग की व्याख्या कीजिए?

- (b) What is Integrated marketing communication? What factors have led to its growth? (8)

एकीकृत विपणन संचार क्या है? किन कारकों ने इसकी वृद्धि को जन्म दिया है?

OR

अथवा

- (a) "Digital Marketing involves using several forms of digital communication to connect with potential customers." Explain (8)

"डिजिटल मार्केटिंग में संभावित ग्राहकों से जुड़ने के लिए डिजिटल संचार के कई रूपों का उपयोग करना शामिल है।" व्याख्या कीजिए।

(b) How would you design a promotion mix for a shampoo for men? (7)

आप पुरुषों के शैम्पू के लिए प्रमोशन मिश्रण कैसे तैयार करेंगे?

2/11/22

(20,000)