

20

[This question paper contains 6 printed pages.]

Your Roll No.....

5/12/17

Sr. No. of Question Paper : 7766

HC

Unique Paper Code : 22411501

Name of the Paper : Principles of Marketing

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

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. 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. सभी प्रश्न कीजिए ।
3. प्रश्न के सभी भाग एक साथ कीजिए ।
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.

1. (a) "Marketing is no more a function of marketing department only." Explain the statement and also discuss the nature and importance of marketing. (8)
- (b) "To be successful a marketer needs to judiciously mix all the elements of marketing?" Briefly explain those elements giving examples. (7)

OR

- (a) Explain the evolution of marketing concepts. (8)
- (b) Why is it necessary to understand marketing environment? Explain the demographic and economic environmental factors that affect the marketing decisions. (7)
- (क) "विपणन अब केवल विपणन विभाग का कार्य नहीं रहा है।" इस कथन की व्याख्या कीजिए और विपणन के स्वरूप और महत्त्व की विवेचना कीजिए।
- (ख) "सफल होने के लिए विपणकर्ता को विपणन के सभी तत्वों का विवेकसम्मत मिश्र करने की आवश्यकता है।" उदाहरण देकर इन तत्वों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

अथवा

- (क) विपणन संकल्पनाओं के विकास की व्याख्या कीजिए।

- (ख) "विपणन पर्यावरण की जानकारी होना क्यों आवश्यक है।" विपणन संबंधी निर्णयों को प्रभावित करने वाले जनाकिकीय और आर्थिक पर्यावरणीय कारकों की व्याख्या कीजिए।
2. (a) Explain the various stages in consumer buying process. Do consumers need to pass through all stages while buying all the products? Give reasons in support of your answer. (8)
- (b) What is meant by product positioning? Briefly discuss the major bases of positioning a product. (7)

OR

- (a) What is market segmentation? Suggest and explain suitable bases to segment market for the following products. (8)
- (i) Car
- (ii) Cosmetics
- (b) Explain the cultural and social factors affecting consumer buying behaviour. (7)
- (क) उपभोक्ता क्रय प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाओं की व्याख्या कीजिए। क्या उपभोक्ताओं को सभी उत्पादों की खरीद करते समय इन सभी अवस्थाओं से गुजरना आवश्यक है? अपने उत्तर के समर्थन में कारण प्रस्तुत कीजिए।

- (ख) उत्पाद स्थिति निर्धारण से आप क्या समझते हैं ? उत्पाद की स्थिति निर्धारण के प्रमुख आधारों की संक्षेप में विवेचना कीजिए।

अथवा

- (क) बाज़ार खंडीकरण क्या होता है ? निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाज़ार के खंडीकरण के उपयुक्त आधारों को सुझाइए और व्याख्या कीजिए।
- (i) कार
- (ii) प्रसाधन वस्तुएँ
- (ख) उपभोक्ता के क्रय व्यवहार को प्रभावित करने वाले सांस्कृतिक और सामाजिक कारकों की व्याख्या कीजिए।

3. (a) Explain Product Life Cycle (PLC) with the help of diagram. What strategies will a marketer use in the maturity stage of PLC of a product? (8)
- (b) Explain the following :
- (i) Psychological Pricing
- (ii) Discounts and Rebates (7)

OR

- (a) Explain the difference between individual branding and umbrella branding giving examples. Discuss their advantages and disadvantages. (8)
- (b) Differentiate between skimming-the-cream and penetration pricing. In which situations these are most suitable? (7)

- (क) उत्पाद जीवन चक्र की व्याख्या (PLC) आरेख की मदद से कीजिए। उत्पाद के PLC की परिपक्व अवस्था में विपणनकर्ता किन रणनीतियों का प्रयोग करेगा ?
- (ख) निम्नलिखित की व्याख्या कीजिए :
- (i) मनोवैज्ञानिक कीमत निर्धारण
- (ii) बट्टे और रिआयतें

अथवा

- (क) वैयक्तिक ब्रांडिंग और छतरी ब्रांडिंग में उदाहरण देते हुए अंतर की व्याख्या कीजिए। इसके गुण और दोषों की चर्चा करें।
- (ख) स्किमिंग-द-क्रीम और गहन कीमत निर्धारण में अंतर बताइए। किन स्थितियों में ये सबसे अधिक उपयुक्त होते हैं ?

4. (a) Explain the communication process used in the promotion of goods and services. (8)
- (b) Briefly explain the various elements of distribution logistics. (7)

OR

- (a) Discuss the major types of non-store based retailing in India giving examples. (8)
- (b) Briefly explain the various promotional tools used by the modern day marketer. (7)

- (क) वस्तुओं और सेवाओं के संवर्धन और में संचार प्रक्रिया के प्रयोग की व्याख्या कीजिए ।
- (ख) वितरण तर्कगणित के विभिन्न तत्वों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए ।

अथवा

- (क) भारत में गैर-भंडार आधारित खुदरा व्यापार की प्रमुख किस्मों की उदाहरण देकर विवेचना कीजिए ।
- (ख) आधुनिक विपणनकर्ता द्वारा प्रयुक्त विभिन्न संवर्धनात्मक उपकरणों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए ।

5. Write short notes on any **three** of the following :

- (i) Direct Marketing
- (ii) Green Marketing
- (iii) Push and Pull strategies of Promotion
- (iv) Functions of packaging and labelling (5,5,5)

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (i) प्रत्यक्ष विपणन
- (ii) हरित विपणन
- (iii) संवर्धन की दाब-कर्षण रणनीतियाँ
- (iv) पैकेजिंग और लेबलिंग कार्य

21

This question paper contains 16 printed pages.

Your Roll No.

Sl. No. of Ques. Paper : 7767 HC
Unique Paper Code : 22411502
Name of Paper : Fundamentals of Financial Management
Name of Course : B.Com. (Hons.)
Semester : V
Duration : 3 hours
Maximum Marks : 75



Write your Roll No. on the top immediately
on receipt of this question paper.)

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिये गये निर्धारित
स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिये।)

NOTE :- Answers may be written either in English or in Hindi;
but the same medium should be used throughout
the paper.

टिप्पणी : इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा
में दीजिये; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना
चाहिए।

Attempt **all** questions. All questions carry equal marks.

Use of simple calculator is allowed.

सभी प्रश्न अनिवार्य हैं। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
साधारण संगणक का प्रयोग अनुमित है।

1. (a) Explain the traditional methods of evaluating long term projects.

दीर्घकालिक परियोजनाओं के मूल्यांकन की परंपरागत विधियों की व्याख्या कीजिए। 4

(b) A company is planning to replace a machine which is required for 4 more years. Its book value is Rs 1,60,000 and it will be fully depreciated at the end of 2 years. It will generate revenue of Rs 5,20,000 per year for 4 years and incur expenses of Rs. 3,80,000 per year. Its salvage value now is Rs 1,20,000 which will become zero after 4 years. It can be replaced by a machine costing Rs 4,80,000. The new machine is expected to generate revenue of Rs 9,20,000 per year and incur annual expenses of Rs 5,80,000. Additional working capital of Rs 2,00,000 will be required if new machine is bought. Depreciation on new machine will be charged at the rate of Rs 80,000 per year to make its book value equal to its expected salvage value of Rs 1,60,000 at the end of the fourth year. Tax rate for the company is 30% and cost of capital is 15%. Advise the company about the replacement.

एक कंपनी एक मशीन को प्रतिस्थापित करना चाहती है जिसकी 4 और वर्ष के लिये ज़रूरत है। इसका पुस्तक मूल्य 1,60,000 रु० है और इसे 2 वर्ष बाद पूर्णतः मूल्यह्रासित कर दिया जायेगा। यह 4 वर्ष के दौरान 5,20,000 रु० प्रतिवर्ष राजस्व पैदा करेगी और इस पर 3,80,000 रु० प्रतिवर्ष खर्च आएगा। इसका

निस्तारण मूल्य 1,20,000 रु० है जो कि 4 वर्ष बाद शून्य हो जाएगा। इसे 4,80,000 रु० लागत वाली मशीन द्वारा प्रतिस्थापित किया जा सकता है। नई मशीन से प्रति वर्ष 9,20,000 रु० राजस्व प्राप्त होने की आशा है और इस पर 5,80,000 रु० वार्षिक खर्च आएगा। यदि नई मशीन खरीदी जाती है तो 2,00,000 रु० की अतिरिक्त पूँजी की आवश्यकता होगी। नई मशीन पर मूल्यह्रास 80,000 रु० प्रतिवर्ष की दर से लगभग जाएगा ताकि चौथे वर्ष के अंत में इसका पुस्तक मूल्य 1,60,000 रु० निस्तारण मूल्य के बराबर होने की आशा हो जाए। कंपनी की कर दर 30% और पूँजी की लागत 15% है। कंपनी को प्रतिस्थापन के बारे में परामर्श दीजिए। 11

Or (अथवा)

(a) Certainty equivalent approach is theoretically superior to the Risk adjusted discount rate. Do you agree?

नियतता समतुल्य सैद्धान्तिक रूप में जोखिम समायोजित बट्टा दर से उत्तम है। क्या आप सहमत हैं? 4

(b) A company is considering a proposal for production of a new product. The company expects to sell 1,00,000 units of the new product each year at a selling price of Rs 5 per unit. Variable cost will be Rs 2 per unit. Regardless of the level of production, the company will incur cash cost of Rs. 50,000 per year if project is undertaken. The machine for making of the product will cost Rs. 5,00,000 and can be sold for Rs 60,000

after the end of its life of 5 years. Additional working capital required will be Rs 50,000. Overhead cost allocated to the new product will be Rs. 24,000 per year. Tax rate is 30% and cost of capital for the company is 15%. The company charges depreciation at 25% of the written down value. Should the company buy the new machine?

एक कंपनी एक नए उत्पाद के उत्पादन के प्रस्ताव पर विचार कर रही है। कंपनी को इस नए उत्पाद की 1,00,000 यूनिटें प्रति वर्ष बेचने की आशा है और इसकी विक्रय कीमत 5 रु० प्रति यूनिट है। परिवर्ती लागत 2 रु० प्रति यूनिट होगी। उत्पादन के स्तर पर ध्यान न देते हुए कंपनी को 50,000 रु० प्रति वर्ष रोकड़ लागत खर्च करनी पड़ेगी, यदि इस परियोजना को ले लिया जाता है। उत्पाद को बनाने की मशीन की कीमत 5,00,000 रु० होगी और इसे 5 साल के जीवन की समाप्ति के बाद 60,000 रु० में बेचा जा सकेगा। अतिरिक्त कार्यशील पूँजी 50,000 रु० की जरूरत होगी। उपरिव्यय लागत, जो नए उत्पाद पर आएगी, 24,000 रु० प्रतिवर्ष होगी। कर की दर 30% है और कंपनी के लिए पूँजी की लागत 15% है। कंपनी बट्टे खाते का 25% मूल्यहास काटती है। क्या कंपनी को नई मशीन खरीदनी चाहिए?

11

2. (a) Retained earnings are free of cost. Do you agree?

प्रतिधारित आयें लागत मुक्त हैं। क्या आप सहमत हैं? 4

(b) Following is the capital structure of XYZ Ltd.:

Equity share capital

(face value Rs. 10 each)	Rs. 15,00,000
8% Debentures (face value Rs 100)	Rs. 4,00,000
12% Preference shares (face value Rs. 100)	Rs. 4,00,000
10% Term loan	Rs. 7,00,000
	<u>Rs. 30,00,000</u>

The company paid a dividend of Rs. 3 per share last year. The dividends are expected to grow at 5% per annum. Tax rate applicable to the company is 30%. All securities are traded in the capital market and the recent market prices are:

Equity Shares	Rs. 15
Debentures	Rs. 80
Preference Shares	Rs. 100

Find out the weighted average cost of capital using book value weights and market value weights.

XYZ लिमिटेड की पूँजीगत संरचना निम्नलिखित है:

	रु०
ईक्विटी शेयर पूँजी (अंकित मूल्य 10 रु० प्रति)	15,00,000
8% डिबेन्चर (अंकित मूल्य 100 रु० प्रति)	4,00,000
12% अधिमान शेयर (अंकित मूल्य 100 रु० प्रति)	4,00,000
10% आवधिक ऋण	7,00,000
	<u>30,00,000</u>

कंपनी ने पिछले वर्ष 3 रु० प्रति शेयर लाभांश दिया था। लाभांश 5% प्रतिवर्ष की दर से बढ़ने की आशा है। कंपनी पर लागू कर की दर 30% है। सभी प्रतिभूतियों का पूँजी बाजार में व्यापार होता है और अभी इनका मूल्य इस प्रकार है:

ईक्विटी शेयर	15 रु०
डिबेन्चर	80 रु०
अधिमान शेयर	100 रु०

पुस्तक मूल्य भागों और बाजार मूल्य भागों का प्रयोग करके पूँजी की भारित औसत लागत ज्ञात कीजिए। 11.

Or (अथवा)

(a) Profit maximisation is a better criterion than wealth maximisation. Do you agree? Explain.

लाभ अधिकतमीकरण, धन अधिकतमीकरण से बेहतर निकष है। क्या आप सहमत हैं? व्याख्या कीजिए। 4

(b) A company earns a profit of Rs. 3,00,000 per annum after meeting its interest liability of Rs. 1,20,000 on 12% debentures. The tax rate is 30%. The number of equity shares of Rs. 10 each is 80,000 and retained earnings amount to Rs. 12,00,000. The company proposes to take up an expansion scheme for which a sum of Rs. 4,00,000 is required. It is anticipated that after expansion, the company will be able to achieve the same return on investment as at present. The funds required for expansion can be raised either through debt at the rate of 12% or by issuing equity shares at par. You are required to:

(i) Compute the earning per share, if:

- * the additional funds were raised as debt
- * the additional funds were raised by issue of equity shares

(ii) Advise the company as to which source of finance is preferable.

एक कंपनी 12% वाले डिबेन्चरों पर 1,20,000 रु० के ब्याज दायित्व को पूरा करने के बाद 3,00,000 रु० प्रतिवर्ष लाभ कमाती है। कर की दर 30% है। 10 रु० वाले ईक्विटी शेयरों की संख्या 80,000 है और प्रतिधारित आयों की राशि 12,00,000 रु० है। कंपनी विस्तार योजना को लेने का प्रस्ताव रखती है जिसके लिए 4,00,000 रु० की जरूरत होगी। प्रत्याशा है कि विस्तार करने के बाद कंपनी निवेश पर उतना ही प्रतिफल प्राप्त करने योग्य हो जाएगी जितना अभी प्राप्त कर रही है। विस्तार के लिए धन को 12% की दर से ऋण के रूप में प्राप्त किया जा सकता है या सममूल्य पर ईक्विटी शेयर जारी करके। आपको करना है:

(i) प्रति शेयर आय का अभिकलन यदि:

- * अतिरिक्त धन को ऋण के रूप में प्राप्त किया जाए।
- * अतिरिक्त धन को ईक्विटी शेयर जारी करके प्राप्त किया जाए।

(ii) कंपनी को अधिमान्यता दिए जाने वाले वित्तीय स्रोत के बारे में सलाह दीजिए। 11

3. (a) Explain the relevance of time value of money in financial decision making.

वित्तीय निर्णय लेने में मुद्रा के समय मूल्य की सार्थकता की व्याख्या कीजिए। 4

(b) Two companies X and Y belong to the same risk class. They have everything in common except that firm Y has 12.5% debentures of Rs. 12,00,000. Following information about the two firms is available to you:

Particulars	X	Y
Net operating income	Rs. 3,00,000	Rs. 3,00,000
12.5% Debentures	—	Rs. 12,00,000
Equity Capitalization Rate	0.15	0.16

Calculate the value of two firms and explain how under Modigliani-Miller approach an investor who owns 10% equity shares of the overvalued firm will be better off switching his holding to the other firm. Also explain when arbitrage process will come to an end.

दो कम्पनियों X और Y, समान जोखिम वाले वर्ग में आती हैं। उनमें सभी चीजें समान हैं, केवल इस बात को छोड़कर कि Y के पास 12,00,000 रु० के 12% डिबेन्चर हैं। आपको दोनों फर्मों के बारे में निम्नलिखित सूचनाएँ दी गई हैं:

विवरण	X	Y
निवल प्रचालन आय	3,00,000 रु०	3,00,000 रु०
12.5% डिबेन्चर	—	12,00,000 रु०
ईक्विटी पूँजीकरण दर	0.15	0.16

दोनों फर्मों का मूल्य परिकलित कीजिए और व्याख्या कीजिए कि किस प्रकार मोदिग्लियानी-मिलर उपागम के अंतर्गत एक निवेशक, जिसके पास अधिमूल्य वाली फर्म के 10% ईक्विटी शेयर हैं, बेहतर होगा यदि वह अपनी होल्डिंग को दूसरी फर्म में डाल दे। साथ ही व्याख्या कीजिए कि आर्बिट्रिज प्रक्रिया कब समाप्त होती है। 11

Or (अथवा)

(a) Discuss the main decisions which are taken in financial management.

वित्तीय प्रबंध में लिए जाने वाले मुख्य निर्णयों की विवेचना कीजिए। 4

(b) The capital structure of Greaves Ltd consists of the following:

Equity shares of Rs 10 each	Rs. 40,00,000
10% Preference shares of Rs 100 each	Rs. 30,00,000
12% Secured Debentures of Rs 100 each	Rs. 20,00,000

The net sales for the company were Rs 1.6 Crores. EBIT is estimated to be 10% of sales. Corporate tax rate is 40%. Fixed cost is estimated to be Rs 50,00,000.

- (i) Draw the Income Statement of Greaves Ltd.
(ii) Calculate the operating and financial leverages.
(iii) What will be the % change in EPS if EBIT rises by 10%? What will be the new EPS?

ग्रीव्ज लिमिटेड की पूँजी संरचना में निम्नलिखित शामिल हैं:

ईक्विटी शेयर 10 रु० वाले 40,00,000 रु०

10% अधिमान शेयर 100 रु० वाले 30,00,000 रु०

12% सुरक्षित डिबेन्चर 100 रु० वाले 20,00,000 रु०

कंपनी की निवल बिक्री 16 करोड़ की थी। EBIT अनुमानतः बिक्री का 10% है। कंपनी कर की दर 40% है। स्थायी लागतें अनुमानतः 50,00,000 रु० की हैं।

- (i) ग्रीव्ज लिमिटेड का आय कथन तैयार कीजिए।
(ii) प्रचालन और वित्तीय लीवरेजों का परिकलन कीजिए।
(iii) EPS में % परिवर्तन क्या होगा यदि EBIT की कीमत 10% बढ़ जाती है? नई EPS क्या होगी? 11

4. (a) Explain the Baumol's model of cash management.

रोकड़ प्रबंध के बॉमोल मॉडल की व्याख्या कीजिए। 4

- (b) A company has an annual sale of Rs. 10 lakhs and average collection period is 45 days. The company is considering shift in its credit policy. Following information is available:

Variable cost is 60% of sales. Fixed cost is Rs. 2 lakhs per annum. Current bad debts are 1%. Required return on investment is 20%.

The following are the estimates of different credit policies:

Credit policy	Average Collection Period	Increase in Sales	Bad debts
A	60 days	Rs 50,000	2%
B	75 days	Rs 80,000	3%
C	85 days	Rs 1,00,000	4%

Determine which credit policy the company should adopt.

एक कंपनी की वार्षिक बिक्री 10 लाख है और औसत संग्रह अवधि 45 दिन है। कंपनी अपनी क्रेडिट नीति में बदलाव करने पर विचार कर रही है। निम्नलिखित सूचनाएँ उपलब्ध हैं:

परिवर्ती लागत बिक्री की 60% है। स्थायी लागत 2 लाख रु० प्रतिवर्ष है। चालू अशोध्य ऋण 1% हैं। निवेश पर वांछित प्रतिफल 20% है। विभिन्न क्रेडिट पॉलिसियों के अनुमान निम्नलिखित हैं:

विभिन्न क्रेडिट	औसत संग्रह अवधि	बिक्री में वृद्धि	अशोध्य ऋण
A	60 दिन	50,000 रु०	2%
B	75 दिन	80,000 रु०	3%
C	85 दिन	1,00,000 रु०	4%

कंपनी को किस क्रेडिट पॉलिसी को अपनाना चाहिए, निर्धारित कीजिए। 11

Or (अथवा)

(a) Discuss various sources of working capital finance.

कार्यशील पूँजी वित्त के विभिन्न स्रोतों की विवेचना कीजिए। 4

(b) From the following information calculate:

(i) The operating cycle in days. Assume 360 days in a year.

(ii) The amount of working capital required.

Annual consumption of raw material	Rs. 15,00,000
Total purchases	Rs. 16,00,000
Total cost of production	Rs. 25,00,000
Total cost of goods sold	Rs. 28,00,000
Total cost of sales	Rs. 30,00,000
Total sales	Rs. 36,00,000
Average stock	
Raw material	Rs. 2,50,000
Work in progress	Rs. 1,50,000
Finished goods	Rs. 3,50,000
Average Debtors	Rs. 3,50,000
Average Creditors	Rs. 2,50,000

निम्नलिखित सूचनाओं से परिकलन कीजिए:

(i) प्रचालन चक्र दिनों में। 1 वर्ष में 360 दिन मानें।

(ii) कार्यशील पूँजी की आवश्यक राशि।

कच्चे माल की वार्षिक खपत	15,00,000 रु०
कुल खरीदें	16,00,000 रु०

उत्पादन की कुल लागत	25,00,000 रु०
बेचे गए माल की कुल लागत	28,00,000 रु०
बिक्री की कुल लागत	30,00,000 रु०
कुल बिक्री	36,00,000 रु०
औसत स्टॉक	
कच्ची सामग्री	2,50,000 रु०
कार्य प्रगति पर	1,50,000 रु०
तैयार माल	3,50,000 रु०
औसत देनदारियाँ	3,50,000 रु०
औसत लेनदारियाँ	2,50,000 रु०

11

5. (a) Explain the Gordon's Model of relevance of dividend.

लाभांश की सार्थकता के गॉर्डन मॉडल की व्याख्या कीजिए। 4

(b) Ashley International started a year ago with an equity capital of Rs 20,00,000. Other relevant details are given below:

Number of outstanding shares	20,000
Earnings of the company	Rs. 2,00,000
Dividend paid	Rs. 1,50,000
P/E ratio	12.5

(i) What is the dividend payout ratio of the company?

What is the market price of the share at this payout ratio? Is the dividend payout ratio optimal according to Walter's model?

(ii) What is the P/E ratio at which dividend payout ratio will have no effect on value of share?

(iii) What will be your decision if P/E ratio is 8?

ऐशल इन्टनेशनल ने दो साल पहले 20,00,000 रु० की ईक्विटी पूँजी से शुरूआत की थी। अन्य संगत तफसीलें नीचे दी जा रही हैं:—

बकाया शेयरों की संख्या	20,000
कंपनी की आमदनियाँ	2,00,000 रु०
दत्त लाभांश	1,50,000 रु०
P/E अनुपात	12.5

(i) कंपनी का लाभांश पेआउट अनुपात क्या है? इस पेआउट अनुपात पर शेयर का बाजार मूल्य क्या है? क्या वाल्टर मॉडल के अनुसार लाभांश पेआउट अनुपात इष्टतम है?

(ii) वह P/E अनुपात क्या है जिस पर लाभांश पेआउट अनुपात का शेयर के मूल्य पर कोई प्रभाव नहीं होगा?

(iii) आपका निर्णय क्या होगा यदि P/E अनुपात 8 है? 11

Or (अथवा)

(a) What is stock dividend? What is its rationale?

स्टॉक लाभांश क्या होता है? इसका तर्काधार क्या है? 4

(b) A company has a capital of Rs. 100 lakhs with shares of Rs. 100 each. The shares are currently quoted at par in the market. The company is planning to declare a dividend of Rs. 6 per share at the end of current financial

year which has just started. The rate of capitalization for the risk class to which the company belongs is 10%.

Using the MM Approach answer the following:

(i) Calculate the price of the share at the end of year if:

(1) Dividend is declared.

(2) Dividend is not declared.

(ii) Calculate the number of shares to be issued assuming the company pays dividend, has net income of Rs. 10 lakhs and makes new investment of Rs. 20 lakhs during the year.

(iii) Find out the value of the firm if:

(1) Dividend is declared.

(2) Dividend is not declared.

एक कंपनी की पूँजी 100 रु० वाले शेयरों के साथ 100 लाख रु० है। ये शेयर बाजार में सममूल्य पर मिल रहे हैं। कंपनी चालू वित्तीय वर्ष, जो अभी शुरू हुआ है, की समाप्ति पर 6 रु० प्रति शेयर लाभांश घोषित करने की योजना बना रही है। कंपनी जिस जोखिम वर्ग में आती है उसकी पूँजीकरण दर 10% है। MM उपागम का प्रयोग करके निम्नलिखित का उत्तर दीजिए:

(i) वर्ष की समाप्ति पर शेयर की कीमत का परिकलन कीजिए यदि:

- (1) लाभांश घोषित कर दिया गया है
 - (2) लाभांश घोषित नहीं किया गया है।
- (ii) यह मानकर कि कंपनी ने लाभांश दिया है, उसकी निवल आय 10 लाख है और वह 20 लाख का नया निवेश इस वर्ष करना चाहती है, जारी किए जाने वाले शेयरों की संख्या का परिकलन कीजिए।
- (iii) फर्म का मूल्य ज्ञात कीजिए यदि:
- (1) लाभांश घोषित कर दिया गया है
 - (2) लाभांश घोषित नहीं किया गया है।

11

This question paper contains 8 (4 printed pages]

13/12/17

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 7770

Unique Paper Code : 22417501

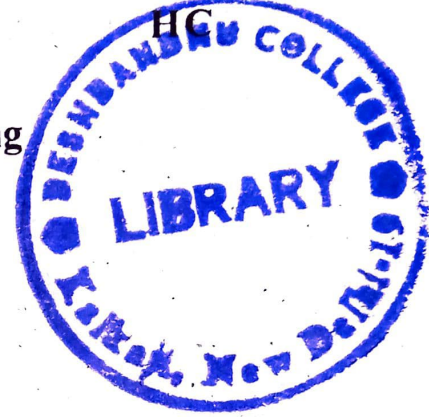
Name of the Paper : Management Accounting

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

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75



(Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.)

Attempt All questions.

1. "Management Accounting is nothing else but financial and cost accounting tailored to the requirements of management."

Critically examine the statement.

15

“प्रबन्ध लेखांकन कुछ नहीं है बल्कि प्रबन्ध की आवश्यकता अनुसार वित्तीय और लागत लेखांकन है।” इस कथन का आलोचनात्मक वर्णन कीजिये।

Or

(अथवा)

What do you understand by Zero Base Budgeting ? How is it different from traditional budgeting ? Write in brief its process, advantages and limitations.

15

P.T.O.

शून्य आधारित बजटिंग से आप क्या समझते हैं ? यह पारंपरिक बजटिंग से किस प्रकार भिन्न है ? इसकी प्रक्रिया, लाभ और सीमाओं का वर्णन संक्षेप में कीजिए।

2. The following are the figures of sales, cost and profit relating to a manufacturing unit working at 50% capacity :

Details	Amount (Rs.)
Sales	20,00,000
Direct cost	8,00,000
Factory overheads	4,00,000
Office overheads	2,00,000
Selling overheads	3,00,000
Profit	3,00,000

Every 10% increase in sales beyond 50% of capacity is possible only after reducing the price by 1% on the base level of 50% capacity sales. Material cost included in direct cost at this level is 25%. With every 10% increase in capacity above this level of direct material comes down by 2%. Factory overheads at this level are fixed to the extent of 50% and rest are variable. Every 10% increase in output over the present

level results in 2% increase in the office overheads. Selling overheads as a percent of sales remain constant.

Prepare a budget at 80% capacity level considering the above information. 15

निम्नलिखित आंकड़े एक विनिर्माण इकाई के बिक्री, लागत और लाभ से हैं जो कि 50% क्षमता पर काम कर रही है :

विशिष्टियाँ	रकम (रु.)
बिक्री	20,00,000
प्रत्यक्ष लागत	8,00,000
फैक्ट्री उपरिव्यय	4,00,000
कार्यालय उपरिव्यय	2,00,000
बिक्री उपरिव्यय	3,00,000
लाभ	3,00,000

50% क्षमता से अधिक काम करने पर प्रत्येक 10% बिक्री पर 50% क्षमता बिक्री पर 1% छूट दी गई। माल उपरिव्यय में प्रत्यक्ष लागत, इस स्तर पर 25% थी। माल उपरिव्यय क्षमता से 10% अधिक होने पर 2% घट जाती है। फैक्ट्री

उपरिव्यय इस स्तर पर 50% स्थिर है और शेष परिवर्तनशील थे। इस स्तर पर उत्पादन 10% बढ़ाव पर कार्यालय उपरिव्यय में 2% की वृद्धि हो जाती है। बिक्री उपरिव्यय बिक्री के प्रतिशत के रूप में अचल रहता है।

उपर्युक्त सूचना के आधार पर 80% क्षमता पर एक बजट बनाइये।

Or

(अथवा)

(a) From the following data, calculate Activity Ratio, Capacity Ratio and Efficiency Ratio :

A factory manufactures two products 'A' and 'B'. Standard time to manufacture product A is 2 hours and product B is 10 hours. The budgeted and actual production in October 2017 was as follows :

Products	Budgeted Production	Actual Production
A	125 Units	100 Units
B	30 Units	24 Units

Total actual hours worked were 660. 9

(b) State the main distinction between standard costing and budgetary control. 6

(अ) निम्नलिखित आंकड़ों के आधार पर गतिविधि अनुपात, क्षमता अनुपात और कार्यक्षम अनुपात की गणना कीजिए :

एक फैक्ट्री दो उत्पाद 'A' और 'B' बनाती है। 'A' के निर्माण में मानक समय 2 घंटे हैं और उत्पाद 'B' के लिए 10 घंटे हैं। बजटेड और वास्तविक उत्पादन अक्टूबर 2017 में निम्नलिखित था :

उत्पाद	बजटेड उत्पादन	वास्तविक उत्पादन
A	125 इकाइयाँ	100 इकाइयाँ
B	30 इकाइयाँ	24 इकाइयाँ

कार्य घंटों का वास्तविक समय 660 घंटे था।

(ब) मानक लागत और बजटरी नियंत्रण में मुख्य अन्तर क्या है ?

3. An analysis of ABC Ltd. led to the following information :

Cost Element	Variable Cost	Fixed Cost
	(% of sales)	
	Rs.	Rs.
Direct Material	32.8	—
Direct Labour	28.4	—
Factory Overheads	12.6	1,89,900
Distribution Overheads	4.1	58,400
General Administration overheads	1.1	66,700

Budgeted sales are Rs. 18,50,000. You are required to determine :

- (a) The break-even sales
 (b) The profit at the budgeted sales volume
 (c) The profit if actual sales drop by 10% and drop by 5% from the budgeted sales: 15

ABC Ltd. के एक विश्लेषण से निम्नलिखित सूचना प्राप्त हुई :

लागत तत्व	परिवर्तन लागत (बिक्री का %)	स्थायी लागत
	रु.	रु.
प्रत्यक्ष माल	32.8	—
प्रत्यक्ष श्रम	28.4	—
फैक्ट्री उपरिव्यय	12.6	1,89,900
वितरण उपरिव्यय	4.1	58,400
सामान्य प्रशासनिक उपरिव्यय	1.1	66,700

बजटेड बिक्री 18,50,000 रु. है। आपसे अपेक्षा है कि निर्धारित कीजिए :

- (अ) संतुलन स्तर बिक्री
 (ब) बजटेड बिक्री परिमाण पर लाभ
 (स) यदि बजटेड बिक्री 5% और वास्तविक बिक्री 10% से घट जायेगा तो लाभ।

Or

(अथवा)

Calculate Material Variances :

Standard mix for production :

Material A : 600 units	@ 15 Rs. per unit
Material B : 800 units	@ 20 Rs. per unit
Material C : 1000 units	@ 25 Rs. per unit

Actual mix for production :

Material A : 640 units	@ 20 Rs. per unit
Material B : 960 units	@ 15 Rs. per unit
Material C : 840 units	@ 30 Rs. per unit

माल का विचरण (Variances) की गणना कीजिए :

उत्पादन का मानकीकृत मिश्रण :

माल A : 600 इकाइयाँ	@ 15 रु. प्रति इकाई
माल B : 800 इकाइयाँ	@ 20 रु. प्रति इकाई
माल C : 1000 इकाइयाँ	@ 25 रु. प्रति इकाई

उत्पादन का वास्तविक मिश्रण था :

माल A : 640 इकाइयाँ	@ 20 रु. प्रति इकाई
माल B : 960 इकाइयाँ	@ 15 रु. प्रति इकाई
माल C : 840 इकाइयाँ	@ 30 रु. प्रति इकाई

4. A company makes an average profit of Rs. 3.95 per unit on a selling price of Rs. 16 per piece by producing 60,000 units or 60% of the potential capacity. Its costs of sales per piece is :

15

Direct Materials Rs. 5, Direct wages Rs. 1.65, Works overhead Rs. 5 (50% fixed), Sales overhead 0.40 (25% varying).

During the current year, it intends to produce the same number but anticipates that the fixed charges will go up by 10%, while the rates of direct labour and direct material will increase by 3.33% and 6% respectively. There is no scope for increasing the selling price due to keen competition. Under this situation, it obtains from X Ltd. an offer for a further 20% of its capacity.

What should be the minimum price to earn a profit of Rs. 2,15,000.

संभाव्य क्षमता के 60% या 60,000 इकाइयाँ विनिर्मित करके 16 रु. प्रति नग की बिक्री लागत पर 3.95 रु. प्रति इकाई औसत लाभ कम्पनी कमाती है :
प्रत्यक्ष माल 5 रु., प्रत्यक्ष मजदूरी 1.65 रु., कार्य उपरिव्यय 5 रु. (50% स्थिर), बिक्री उपरिव्यय 0.40 (25% परिवर्तनशील)

वर्तमान वर्ष के दौरान, यह कम्पनी उतने ही उत्पाद रखना चाह रही है। परन्तु स्थिर शुल्क 10% बढ़ जायेंगे जबकि प्रत्यक्ष श्रम और प्रत्यक्ष माल की लागत क्रमशः 3.33% और 6% बढ़ जायेगी। प्रतियोगिता के कारण विक्रय मूल्य बढ़ाने में असमर्थ है। उपर्युक्त परिस्थिति में X लि. एक प्रस्ताव रखती है कि इसकी क्षमता 20% आगे कम कर दी जाये। न्यूनतम मूल्य क्या रखा जाये कि लाभ 2,15,000 रु. हो सके ?

Or

(अथवा)

A factory has estimated its overheads for the next year at Rs. 6,00,000. The factory works 240 days in a year. It works for 8 hours a day. The total budgeted production for the year is 12,000 units.

Actual data for the month of October 2017 are given as under :

Actual Overheads	Rs. 54,000
Actual Output	1,060 units
Idle time	4 hours

Calculate :

- (i) Overhead cost variance
- (ii) Overhead expenditure variance
- (iii) Overhead efficiency variance
- (iv) Idle time variance.

15

एक फैक्ट्री का पूर्वानुमान है कि अगले वर्ष के लिए उपरिव्यय 6,00,000 रु. होंगे। एक वर्ष में फैक्ट्री 240 दिन काम करती है। यह एक दिन में 8 घंटे काम करती है। वर्ष का कुल बजटेड उत्पादन 12,000 इकाइयाँ है।

महीने अक्टूबर, 2017 के वास्तविक आँकड़े निम्न प्रकार दिये गये हैं :

वास्तविक उपरिव्यय	54,000 रु.
वास्तविक उत्पादन	1,060 इकाइयाँ
निष्क्रिय समय	4 घंटे

गणना कीजिए :

- (i) उपरिव्यय लागत विचरण
- (ii) उपरिव्यय व्यय विचरण
- (iii) उपरिव्यय कार्यक्षम विचरण
- (iv) निष्क्रिय समय विचरण।

5. (a) What is meant by divisional performance measurement ? Describe any *two* techniques used for this purpose. 8
- (b) What is transfer pricing ? What are the methods of transfer pricing ? Discuss in brief. 7
- (अ) विभागीय निष्पादन उपाय से आपका क्या अभिप्राय है ? किन्हीं दो तकनीकों का इस उपयोग हेतु वर्णन कीजिए।
- (ब) अंतरण (Transfer) मूल्यन क्या है ? अंतरण मूल्यन के क्या तरीके हैं ? संक्षेप में वर्णन कीजिए।

Or

(अथवा)

Division A of XYZ Co. Ltd. has currently a net income of Rs. 4,00,000 p.a. generated from an investment of Rs. 20 lakh. The company requires a minimum return of 16% p.a. A new project is being considered by the division manager of A which will entail investment of Rs. 2 lakh and will yield annual net income of Rs. 36,000. Evaluate the project using :

- (i) ROI method 8
- (ii) Residual income method. 7

डिवीजन A, XYZ क. लि. की वर्तमान शुद्ध आय 4,00,000 रु. प्रति वर्ष है जिसमें कि 20,00,000 रु. लागत है। कम्पनी 16% लाभ प्र.व. चाहती है। A के विभागीय प्रबन्धक की एक नयी परियोजना पर सोच चल रही है जिसमें 2,00,000 रु. लगे होंगे और वार्षिक शुद्ध आय 36,000 रु. होगा। परियोजना का मूल्यांकन कीजिए :

- (i) ROI तरीके से
- (ii) अवशेष आय तरीके से।

(23)

16/12/17

[This question paper contains 8 printed pages]

Your Roll No. :

Sl. No. of Q. Paper : **7777**

Unique Paper Code : **22417510**

Name of the Course : **DSE for Commerce Honours**

Name of the Paper : **Advertising**

Semester : **V**

Time : 3 Hours **Maximum Marks : 75**



Instructions for Candidates :

छात्रों के लिए निर्देश :

(a) Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.

इस प्रश्न-पत्र के प्राप्त होने पर तुरंत शीर्ष पर अपना रोल नंबर लिखें।

(b) Attempt **all** questions.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

1. (a) Critically examine the DAGMAR approach for setting of advertising objectives.

8

विज्ञापन लक्ष्यों को स्थापित करने के लिए DAGMAR उपागम की आलोचनात्मक जाँच कीजिए।

P.T.O.

- (b) "Advertising expenditure in India is extravagant and socially wasteful". Do you agree with this statement ? Give reasons in support of your answer. 7

“विज्ञापन खर्चे भारत में फालतू और सामाजिक दृष्टि से बेकार होते हैं”। क्या आप इस कथन से सहमत हैं ? अपने उत्तर के समर्थन में कारण दीजिए।

OR

अथवा

- (a) Discuss the important methods of determining the advertising budget. 8

विज्ञापन बजट का निर्धारण करने की महत्त्वपूर्ण विधियों की विवेचना कीजिए।

- (b) "Advertising is an imperative economic function in modern business". Discuss the objectives and utility of advertising from the marketers and consumers point of view. 7

आधुनिक व्यवसाय में विज्ञापन एक आदेशक आर्थिक कार्य होता है।” इसके उद्देश्यों और विज्ञापन की विपणनकर्ताओं और उपभोक्ताओं की दृष्टि से उपयोगिता की विवेचना कीजिए।

2. (a) What are the various types of layout available to advertisers ? Give suitable examples. 8

विज्ञापनकर्ताओं को उपलब्ध विभिन्न प्रकार के लेआउट कौन-से हैं ? उपयुक्त उदाहरण दीजिए।

- (b) Selection of celebrity as an endorser is an all time winning creative strategy." Do you agree ? What could be the considerations in using an endorser for a fashion apparel brand ? 7

ख्याति प्राप्त व्यक्ति को समर्थक के रूप में चुनना सदैव ही एक जीत दिलाने वाली रचनात्मक रणनीति होती है।” क्या आप सहमत हैं ? फैशन पोशाक ब्रांड के लिए समर्थक का प्रयोग करने में किन बातों पर विचार किया जा सकता है ?

OR

अथवा

- (a) What is an Advertising Appeal ? What kind of appeal would be appropriate for the following products ?

विज्ञापन अपील क्या होती है ? निम्नलिखित उत्पादों के लिए किस प्रकार की अपील उपयुक्त होगी ?

- (i) Fertilisers

उर्वरक

(ii) Baby Products

शिशु उत्पाद

(iii) Fans

पंखे

Also give a brief headline for any **one** of the above product according to the appeal suggested. 8

साथ ही सुझाई गई अपील के अनुसार उपर्युक्त उत्पादों में से किसी एक के लिए संक्षिप्त शीर्षक दीजिए।

(b) "Advertisement copy is the heart of an advertisement". Discuss the importance and elements of a good advertisement copy. 7

“विज्ञापन प्रतिलिपि विज्ञापन का हृदय होती है।” अच्छी विज्ञापन प्रतिलिपि के महत्त्व और तत्वों की विवेचना कीजिए।

3. (a) Suggest which advertising media is best suited for advertising the following products. (Give suitable reasons) 8

निम्नलिखित उत्पादों के विज्ञापन के लिए सबसे अधिक उपयुक्त विज्ञापन को सुझाइए। (उपयुक्त कारण दीजिए)

(i) Car batteries

कार की बैटरी

(ii) Herbal Shampoo

हर्बल शैम्पू

(iii) Refrigerator

रेफ्रिजरेटर

(iv) A new brand of noodles

नूडल की एक नई ब्रांड

(b) What is meant by selectivity, with regard to the purchase of advertising media? Discuss the various ways magazines offer selectivity to advertisers. 7

विज्ञापन माध्यम की खरीद के संबंध में वरणात्मकता से आप क्या समझते हैं? उन विभिन्न तरीकों की विवेचना कीजिए जिनसे मैगजीने विज्ञापन कर्ताओं के लिए वरणात्मकता प्रस्तावित करती हैं।

OR

अथवा

(a) "The ultimate goal of media planning is to place the message before the target audience effectively." In the light of this statement, develop an effective media plan for a consumer durable product. 8

माध्यम आयोजन को अन्तिम लक्ष्य संदेश को प्रभावी रूप में लक्ष्य श्रोता के सामने रखना है।" इस कथन के प्रकाश में उपभोक्ता टिकाऊ उत्पाद के लिए प्रभावी माध्यम योजना विकसित कीजिए।

- (b) "To reach to rural markets, marketers need to look beyond the conventional media options." Do you agree with the statement? Why? 7

ग्रामीण बाजारों में पहुँचने के लिए विपणनकर्ताओं को परंपरागत माध्यम विकल्पों से आगे देखने की आवश्यकता है। क्या आप इस कथन से सहमत हैं? क्यों?

4. (a) When can an advertisement become deceptive? What are the remedies available against deceptive advertising? 8

विज्ञापन कब भ्रामक हो सकता है? भ्रामक विज्ञापन के विरुद्ध कार्यवाही के लिए कौन-से उपाय उपलब्ध हैं?

- (b) Define an advertising agency. What are the functions of an advertising agency? 7

विज्ञापन एजेन्सी की परिभाषा दीजिए। विज्ञापन एजेन्सी के क्या कार्य हैं?

OR

अथवा

- (a) What are the various post-testing techniques available to a marketing manager to test the effectiveness of the advertisement? 8

विज्ञापन की प्रभाविता की जाँच करने के लिए विपणन प्रबंधक को उपलब्ध विभिन्न परीक्षणोत्तर तकनीकें कौन-सी हैं?

- (b) How has Advertising Standards Council of India (ASCI) ensured honesty and truthfulness in advertisements? 7

भारत की विज्ञापन मानक परिषद (ASCI) ने किस प्रकार विज्ञापनों में ईमानदारी और सत्यवादिता को सुनिश्चित किया है?

5. Attempt any **three** of the following :

5,5,5

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन को कीजिए :

- (a) Types of advertising (Any **five**)

विज्ञापन की किस्में (कोई पाँच)

- (b) Audience selection.

श्रोता वरण

(c) **Methods of illustration**

उदाहरण की विधियाँ

(d) **Pre-testing techniques of measuring advertisement effectiveness**

विज्ञापन की प्रभाविता को मापने की पूर्व परीक्षण तकनीकें

(e) **Ethics in advertising**

विज्ञापन में नैतिकता