

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

December, 2013

01336

MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage 70%

Note : Attempt any five questions. Each question carries equal marks.

1. Compare and contrast selling with marketing. 8, 12
Explain the process of Marketing Management in brief.

2. Discuss, with appropriate examples, nature and extent of Reference group influence on product and brand choice. Identify various types of organisational markets. 12,8

3. (a) Explain the changing patterns of packaging in the context of emerging retailing scenario in India. 10
(b) What are the bases of Market Segmentation for following products and why ? 10
 - (i) Automobiles
 - (ii) Soap

4. A company manufacturing a product "X" has the following costs : 10,10
 Variable cost = Rs.10 per unit; total Fixed costs = Rs 3,00,000. The company expects to sell 50,000 units and wants to earn 25% profit on average cost of production.
- (a) What will be the break-even point in terms of volume of production ?
- (b) In case its demand is 42,000 units, calculate the total sequence, total cost and the profit.
5. Explain briefly the following : 5,5,5,5
- (a) Intensity of Distribution
- (b) Objectives of Marketing Logistics
- (c) Methods of Promotional Budget
- (d) Copy Writing
6. (a) Explain the company's micro and macro environmental variables. 10
- (b) Explain briefly various regulations which affect marketing practices in India. 10
7. Explain psychoanalytical theory of personality and its relevance to consumer behaviour. Discuss consumer behaviour as applied science. 14,6
8. Summarise various implications of PLC on marketing strategies. What are the risks associated with test marketing ? 12,8
9. (a) What do you mean by non-store retailing ? What are its future prospects in India ? 10
- (b) What are different methods of Transportation and their advantages and Disadvantages. 10

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2013

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लिखिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. विक्रय की विपणन से तुलना एवं व्यतिरेक कीजिए। विपणन 8, 12 प्रबंधन की प्रक्रिया की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
2. उत्पाद तथा ब्रांड के विकल्प पर संदर्भ समूह (Reference group) के प्रभाव की प्रकृति एवं सीमा का उचित उदाहरणों सहित विवेचन कीजिए। संगठनात्मक बाजारों के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख कीजिए।
3. (a) भारत में फुटकार व्यापार के उभरते दृश्यलेख में पैकेजिंग के बदलते प्रतिरूप की व्याख्या कीजिए। 10
(b) निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजार खणडीकरण के क्या आधार हैं ? 10
 - (i) मोटर गाड़ियां
 - (ii) साबुन

4. एक कंपनी उत्पाद 'X' का उत्पादन कर रही है जिस की लागतें निम्नलिखित हैं : 10,10

परिवर्तनीय लागत 10 रू.प्रति इचाई स्थिर लागतें (कुल)3,00,000 रू. कंपनी 50,000 इकाईयों के विक्रय की आशा करती है तथा वह औसत उत्पादन लागत पर 25% लाभ कमाना चाहती है।

- (a) उत्पादन की मात्रा के रूप में उस का सम विच्छेद बिन्दु (BEP) क्या होगा ?
- (b) यदि इसकी मांग 42,000 इकाइयां है तो इस की कुल आगम (revenue), कुल लागत तथा लाभ की गणना कीजिए।

5. निम्नलिखित की संक्षेप में व्याख्या कीजिए : 5,5,5,5

- (a) वितरण की तीव्रता
- (b) विपणन लॉजिस्टिक्स के उद्देश्य
- (c) संवर्धन बजट की विधियां
- (d) लिपिलेखन (copy writing)

6. (a) कंपनी के व्यष्टि परिवेष तथा समष्टि परिवेष चरों (variables) की व्याख्या कीजिए। 10

- (b) भारत में विपणन प्रथाओं को प्रभावित करने वाले विभिन्न विनियमों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 10

7. व्यक्तित्व के मनोविश्लेषणात्मक सिद्धांत (psychoanalytical theory of personality) तथा उपभोक्ता व्यवहार से इस की तत्संगता की व्याख्या कीजिए। उपभोक्ता व्यवहार की अनुप्रयुक्त विज्ञान (applied science) के रूप में विवेचन कीजिए। 14,6

8. विपणन कार्यनीतियों पर उत्पाद जीवन चक्र (PLC) के विभिन्न 12,8 निहितार्थों का संक्षिप्त विवरण दीजिए। परीक्षा विपणन (test marketing) में क्या जोखिम निहित हैं?
9. (a) गैर-स्टोर फुटकर (non-store) व्यापार से आप का क्या तात्पर्य है? भारत में इस की भावी प्रत्याशाएं क्या हैं ? 10,10
- (b) यातायात की विभिन्न पद्धतियां तथा उन के लाभ-हानियां क्या हैं? उल्लेख कीजिए।
-