

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

December, 2014

MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

05484

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage 70%

Note : Attempt any five questions. All questions carry equal marks.

1. Differentiate between marketing and selling. Explain the concept of social marketing for a consumer durable company in India. 10,10

2. Summarise impact of government regulations affecting marketing practices in rural India. Discuss marketing research as "science of estimates". 12,8

3. (a) What is the relevance of Freud's Psychoanalytical theory of personality to consumer behaviour ? 10,10
(b) Compare and contrast the concept of micromarketing with that of mass customisation.

4. (a) What are the challenges in marketing of services ? **10,10**
(b) Describe various strategies adopted by a company dealing in fast moving consumer goods.
5. Explain the various product-price adjustment strategies. How does resale price maintenance practice work in India ? **10,10**
6. (a) How do you manage channel conflicts ? **10,10**
(b) Differentiate between departmental store and multiple shop.
7. What is distribution mix ? What interconnectedness it has with promotion mix ? **8,12**
8. Compare and contrast brand extension with brand loyalty. Under what conditions is personal selling relevant ? **10,10**
9. "Rural markets in India offer huge opportunities and challenges to marketers". Discuss. **20**
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2014

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. विपणन और विक्रय में अन्तर बताइये। भारत में एक उपभोक्ता टिकाऊ वस्तुओं की कम्पनी के लिये सामाजिक विपणन की अवधारणा की व्याख्या कीजिये। 10,10
2. ग्रामीण भारत में विपणन चलन को प्रभावित करने वाली सरकार के नियमों का सार प्रस्तुत कीजिये। “अनुमान के विज्ञान” के रूप में विपणन अनुसंधान पर चर्चा कीजिए। 12,8
3. (a) उपभोक्ता (क्रेता) व्यवहार में फ्रायड के “व्यक्तित्व का मनोविश्लेषणात्मक सिद्धान्त” की क्या प्रासंगिकता है? 10,10
(b) व्यष्टि विपणन की सामूहिक व्यक्तिपरक उत्पादन के साथ तुलना कीजिए और बताइये कि ये परस्पर किस प्रकार विपरीत हैं।

4. (a) सेवाओं के विपणन में क्या चुनौतियाँ हैं? 10,10
(b) एक कम्पनी जो फास्ट मूविंग कन्जूमर गुड्स (गैर टिकाऊ वस्तुओं) से संबंधित है, उसके द्वारा अपनाई गई विपणन युक्तियों का वर्णन कीजिए।
5. विभिन्न उत्पाद - कीमत समायोजन की युक्तियों की व्याख्या कीजिये। पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण चलन (प्रेक्टिसेस) भारत में किस प्रकार कार्य करती हैं। 10,10
6. (a) वितरण माध्यम संघर्ष का प्रबंधन आप कैसे करेंगे? 10,10
(b) विभागीय भंडार और बहुसंख्यक दुकानों में अन्तर बताइये।
7. वितरण मिश्रण क्या है? इसका संवर्धन मिश्रण से क्या संबंध है? 8,12
8. ब्रांड विस्तार और ब्रांड निष्ठा की तुलना कीजिये और अन्तर बताइये। किन परिस्थितियों में व्यक्तिगत विक्रय का औचित्य है? 10,10
9. “ भारत के ग्रामीण बाजार, विपणन कर्ताओं के लिये बहुत अधिक अवसर व चुनौतियाँ प्रदान करते हैं”। चर्चा कीजिए। 20
-