

**MASTER OF COMMERCE**

**Term-End Examination**

**December, 2016**

02985

**MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*(Weightage : 70%)*

---

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

---

1. Discuss briefly the factors that influence buyer behaviour. 20
  
2. "Marketing environment comprises all those factors which have an impact on market and marketing efforts of an enterprise." Comment giving suitable examples. 20
  
3. Explain the various stages involved in the new product development process with suitable examples. Also state the reasons responsible for the failure of a new product. 12+8

4. Distinguish between the following : 4×5=20
- (a) Optional product pricing and Captive product pricing
  - (b) Product line pricing and Product bundle pricing
  - (c) FOB – Origin pricing and FOB – Contract pricing
  - (d) Zone pricing and Basing-point pricing
5. Describe briefly the factors that influence the choice of channel used for distributing the goods. 20
6. “Marketers use an array of tools for the purpose of communicating and promoting their products and services.” In the light of the above statement, explain the concept of promotion mix and its various components. 5+15
7. (a) Discuss the benefits of advertising to the (i) Producers, (ii) Middlemen, (iii) Customers and (iv) Community.
- (b) State the role of sales force in Relationship Marketing. 12+8

**8. Write short notes on the following :**

**8+6+6**

- (a) Stages in Buying Decision Process**
  - (b) Market Targeting Strategies**
  - (c) Product Positioning Process**
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि  
सत्रांत परीक्षा  
दिसम्बर, 2016

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

(कुल का : 70%)

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

1. क्रेता व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों की संक्षेप में चर्चा कीजिए । 20
2. “विपणन परिवेश के अंतर्गत वे सभी शक्तियाँ (कारक) आती हैं जिनका कि बाज़ार और उद्यम के विपणन प्रयासों पर प्रभाव होता है ।” उपयुक्त उदाहरण देते हुए समालोचना कीजिए । 20
3. उपयुक्त उदाहरण देते हुए, नए उत्पाद विकास प्रक्रिया में सम्मिलित विभिन्न अवस्थाओं की व्याख्या कीजिए । यह भी बताइए कि नए उत्पाद के असफल होने के लिए उत्तरदायी कारण क्या होते हैं । 12+8

4. निम्नलिखित में अंतर स्पष्ट कीजिए :

4×5=20

- (क) वैकल्पिक उत्पाद मूल्य-निर्धारण तथा आबद्ध (Captive) उत्पाद मूल्य-निर्धारण
- (ख) उत्पाद लाइन मूल्य-निर्धारण तथा उत्पाद बंडल मूल्य-निर्धारण
- (ग) निःशुल्क (FOB) – मूल (ओरिजिन) मूल्य-निर्धारण तथा निःशुल्क (FOB) – अनुबंध मूल्य-निर्धारण
- (घ) क्षेत्रीय (Zone) मूल्य-निर्धारण तथा आधार बिन्दु (Basing point) मूल्य-निर्धारण

5. माल के वितरण हेतु प्रयुक्त माध्यम के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों का संक्षेप में वर्णन कीजिए ।

20

6. “अपने उत्पादों और सेवाओं के संप्रेषण और संवर्धन के लिए विपणनकर्ता अनेक साधनों का प्रयोग करते हैं ।” उपर्युक्त कथन के संदर्भ में, संवर्धन मिश्रण की अवधारणा और उसके विभिन्न घटकों की व्याख्या कीजिए ।

5+15

7. (क) (i) उत्पादकों, (ii) बिचौलियों, (iii) ग्राहकों और (iv) समाज को विज्ञापन के लाभों की चर्चा कीजिए ।

(ख) संबंध विपणन में बिक्री कर्मचारियों की भूमिका का उल्लेख कीजिए ।

12+8

8. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

8+6+6

- (क) क्रय निर्णय प्रक्रिया की अवस्थाएँ
  - (ख) बाज़ार लक्ष्य-निर्धारण की युक्तियाँ
  - (ग) उत्पाद स्थितीयन प्रक्रिया
-