

**MASTER OF COMMERCE**

**Term-End Examination**

**December, 2018**

**MCO-006 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*Weightage 70%*

- 
- Note :** (i) *Attempt any five questions.*  
(ii) *Marks are given against each question.*
- 

1. What is marketing information system ? Explain 5+15  
the components of marketing information system.
2. Differentiate between micro and macro 5+15  
environments of marketing. Discuss various  
factors of macro environment of marketing in  
India.
3. What is market segmentation ? State the bases of  
segmenting consumer markets and explain any  
four of those bases of segmentation. 4+4+12
4. Differentiate between consumer market and 6+14  
organisational market. Describe various types of  
organisational markets.
5. (a) Explain the inter-relationship between  
product item, product line and product mix,  
with appropriate examples. 10+10  
(b) Discuss various product mix strategies  
practiced by marketers.

6. "Channels of distribution are different for different products." Discuss the reasons for this. 20
7. What is promotion mix ? Discuss the factors that affect the promotion mix of a company. 4+16
8. "After deciding the basic price of the product, it is necessary to decide the policy of pricing the product to customers located in different geographic locations." In view of this statement, discuss various geographic pricing methods available to marketers. 20
9. Write short notes on any two of the following : 10+10
- (a) Direct marketing
  - (b) Functional middlemen
  - (c) Resale price maintenance
  - (d) Product life cycle
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसंबर, 2018

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का 70%

- नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लिखिए।  
(ii) प्रत्येक प्रश्न के सामने अंक दिए हैं।

1. 'विपणन सूचना प्रणाली' से क्या तात्पर्य है? विपणन सूचना प्रणाली के मुख्य घटकों (components) की व्याख्या कीजिए। 5+15
2. विपणन के व्यष्टि परिवेश तथा समष्टि परिवेश में अंतर बताइए। भारत में विपणन के समष्टि परिवेश (macro environment) के विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए। 5+15
3. 'बाजार के खंडीकरण' से क्या तात्पर्य है? उपभोक्ता बाजारों के खंडीकरण के आधारों का उल्लेख कीजिए तथा खंडीकरण के इन आधारों में से किन्हीं चार की व्याख्या कीजिए। 4+4+12
4. 'उपभोक्ता बाजार' तथा 'संगठनात्मक बाजार' में अंतर बताइए। संगठनात्मक बाजारों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कीजिए। 6+14

5. (a) उत्पाद मद, उत्पाद श्रृंखला तथा उत्पाद मिश्रण के बीच अंतःसंबंध की उचित उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए।  
(b) विपणनकर्त्ताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली विभिन्न उत्पाद मिश्रण युक्तियों का विवेचन कीजिए। **10+10**
6. “विभिन्न उत्पादों के लिए वितरण के माध्यम अलग-अलग होते हैं।” इसके विभिन्न कारणों की व्याख्या कीजिए। **20**
7. संवर्धन मिश्रण (promotion mix) से क्या तात्पर्य है? एक कंपनी के संवर्धन मिश्रण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए। **4+16**
8. “एक उत्पाद की मूल कीमत निर्धारित करने के बाद विभिन्न स्थानों पर स्थित ग्राहकों से चार्ज की जाने वाली कीमतों की नीति तय करना आवश्यक हो जाता है।” इस विवरण को ध्यान में रखते हुए, विपणनकर्त्ताओं को उपलब्ध विभिन्न भौगोलिक कीमत निर्धारण पद्धतियों की व्याख्या कीजिए। **20**
9. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : **10+10**  
(a) प्रत्यक्ष (direct) विपणन  
(b) कार्यकारी मध्यस्थ  
(c) पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण  
(d) उत्पाद जीवन चक्र
-