

MASTER OF COMMERCE
Term-End Examination
December, 2021

MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

(Weightage : 70%)

Note : Answer any **five** questions. Marks are given against each question.

1. Discuss in detail, the evolution process of Marketing Philosophy. How is marketing process handled ? 10+10

2. What do you understand by the concept of competitive advantage ? How is it created for positioning the product ? 8+12

3. Discuss the life stretching strategies adopted in the case of a consumer product when its sales start declining. Why are product innovations necessary ? 12+8

4. Explain the various product-price adjustment strategies. How is break-even point achieved in terms of volume of production ? *10+10*
5. Explain the total system approach to marketing logistics. What are its strengths and weaknesses ? *12+8*
6. What products are suited for mass advertising, direct advertising and interactive advertising ? Justify the suitability. How is publicity different from advertising ? *12+8*
7. (a) Discuss the main functions of marketing communication.
- (b) Write a short note on channel conflict. *10+10*
8. What are the various geographical pricing strategies ? Discuss the importance of labelling to marketers. *12+8*
9. How do you evaluate the potential of a target market ? How do environmental factors affect marketing strategies ? Discuss. *10+10*
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि
सत्रांत परीक्षा
दिसम्बर, 2021

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

(कुल का : 70%)

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रत्येक प्रश्न के अंक उनके सामने दिए गए हैं ।

1. विपणन दर्शन की उद्भव प्रक्रिया की विस्तृत चर्चा कीजिए ।
विपणन प्रक्रिया को किस प्रकार नियंत्रित किया जाता है ? 10+10
2. प्रतिस्पर्धात्मक लाभ की अवधारणा से आप क्या समझते हैं ?
किसी उत्पाद के स्थितीयन (स्थान-निर्धारण) में इसे कैसे
सृजित किया जाता है ? 8+12
3. जब किसी उपभोक्ता उत्पाद की बिक्री घटने लगे तो उत्पाद
जीवन चक्र के उस समय में कौन-सी युक्तियाँ उपयोग में लाई
जाती हैं ? चर्चा कीजिए । उत्पाद नवाचार क्यों आवश्यक
है ? 12+8

4. विभिन्न उत्पाद-मूल्य (क्रीमत) समायोजन युक्तियों की व्याख्या कीजिए । उत्पादन मात्रा के संदर्भ में सम-विच्छेद बिन्दु किस प्रकार निर्धारित किया जाता है ? 10+10
5. विपणन लॉजिस्टिक्स की कुल प्रणाली अवधारणा की व्याख्या कीजिए । इसकी शक्तियाँ व कमियाँ क्या हैं ? 12+8
6. बड़े पैमाने पर विज्ञापन, प्रत्यक्ष विज्ञापन एवं इंटरैक्टिव विज्ञापन के लिए कौन-कौन-से उत्पाद क्रमशः उपयुक्त हैं ? उपयुक्तता के औचित्य की व्याख्या कीजिए । प्रचार विज्ञापन से किस प्रकार भिन्न है ? 12+8
7. (क) विपणन संप्रेषण के मुख्य कार्यों की चर्चा कीजिए ।
(ख) माध्यम संघर्ष (channel conflict) पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए । 10+10
8. भौगोलिक क्रीमत निर्धारण की विभिन्न युक्तियाँ क्या हैं ? विपणनकर्ताओं के लिए लेबलिंग का क्या महत्त्व है ? चर्चा कीजिए । 12+8
9. लक्ष्य बाज़ार की क्षमता का मूल्यांकन आप कैसे करेंगे ? परिवेशीय कारक विपणन युक्तियों को किस प्रकार प्रभावित करते हैं ? चर्चा कीजिए । 10+10
-