

No. of Printed Pages : 6

**MCO-06**

**MASTER OF COMMERCE**

**(M. COM.)**

**Term-End Examination**

**December, 2022**

**MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 Hours*

*Maximum Marks : 100*

---

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

---

---

1. Write a note on the Micro and Macro Environment of Marketing. Explain their influence on marketing process. 8, 12
2. What is Marketing Research ? Explain the steps involved in the marketing research with examples. 5, 15

**P. T. O.**

3. Explain the Market Targeting Process. Discuss the market targeting strategies with examples. 5, 15
4. Discuss the meaning and importance of market segmentation. What bases would you consider for segmenting market of fast moving consumer goods and why ? 10, 10
5. What steps are involved in New Product Development Process ? Explain them with examples. 20
6. What decisions will you take as a brand manager for costly durable products ? How is labelling useful in this context ? 12, 8
7. (a) Explain the methods used in pricing a new product with example. 12
- (b) Discuss the difference between fixed pricing and flexible pricing. 8
8. (a) What are major distribution channel conflicts in industrial goods ? Explain. 10
- (b) How are these conflicts resolved ? Discuss.

9. (a) Discuss the objectives of Advertising. 8
- (b) What advertising media will you select for the following products and why? 12
- (i) Passenger car
  - (ii) Mobile phone
  - (iii) Body care service
  - (iv) Taxi service

**MCO-06**

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

( एम. कॉम. )

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2022

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबन्धन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

---

**नोट :** किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के अंक उसके सम्मुख दिये गये हैं।

---

---

1. विपणन के व्यष्टि और समष्टि परिवेश पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए। विपणन प्रक्रिया पर इनके प्रभाव की चर्चा कीजिए। 8, 12
2. विपणन अनुसंधान क्या है ? विपणन अनुसंधान में निहित चरणों की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।

3. बाजार लक्ष्य निर्धारण प्रक्रिया को समझाइये। बाजार लक्ष्य निर्धारण की युक्तियों पर उदाहरण सहित चर्चा कीजिए।

5, 15

4. बाजार खण्डीकरण के अर्थ एवं महत्व की व्याख्या कीजिए। फास्ट मूविंग कंज्यूमर्स गुड्स (FMCGs) के खंडीकरण के लिये आप किन आधारों पर विचार करेंगे और क्यों ?

10, 10

5. नये उत्पाद के विकास की प्रक्रिया में कौन-से चरण शामिल हैं ? उदाहरण सहित वर्णन कीजिए।

20

6. महँगे टिकाऊ उत्पादों के लिये एक ब्राण्ड प्रबंधक के रूप में आप क्या निर्णय लेंगे ? इस सन्दर्भ में लेबल करना कैसे उपयोगी है ?

12, 8

7. (क) नये उत्पाद की कीमत निर्धारण विधियों की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।

12

- (ख) नियत कीमत निर्धारण एवं लचीली कीमत निर्धारण की विधियों के बीच अन्तर स्पष्ट कीजिए।

8

8. (क) औद्योगिक उत्पादों में प्रमुख वितरण माध्यम संघर्ष क्या हैं ? व्याख्या कीजिए। 10
- (ख) इन संघर्षों को कैसे हल किया जा सकता है ? व्याख्या कीजिए। 10
9. (क) विज्ञापन के उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए। 8
- (ख) निम्नलिखित उत्पादों के लिए आप किन विज्ञापन माध्यमों का चयन करेंगे और क्यों ? 12
- (i) पैसेंजर कार
  - (ii) मोबाइल फोन
  - (iii) बॉडी कैंपेयर सेवा
  - (iv) टैक्सी सेवा