

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

June, 2013

MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage 70%

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

1. What is marketing information system ? Explain the major components of marketing information system. 5+15

2. (a) State the requirements of an effective market segmentation.
(b) "Marketers use a number of alternative bases for positioning their products". Explain these bases briefly. 10+10

3. Differentiate between product mix and product line. Discuss various product mix and product line strategies adopted by marketers. 5+15

4. Explain basic methods of price determination. 20

5. (a) Explain briefly the various product-mix pricing strategies adopted by marketers.
- (b) "Marketing communication plays an important role in company's overall marketing process". Comment. **12+8**
6. (a) Identify various challenges faced by marketers in rural marketing.
- (b) Briefly explain different budgeting methods under top-down approach. **10+10**
7. Explain various steps involved in the personal selling process. **20**
8. Channels of distribution are different for different products. Explain with reasons. **20**
9. (a) State various types of buying behaviour situations. **10**
- (b) Define marketing and explain its implications for an emerging economy like India. **3+7**
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2013

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. विपणन सूचना प्रणाली से क्या तात्पर्य है? विपणन सूचना प्रणाली के प्रमुख घटकों (components) की व्याख्या कीजिए।
5+15
2. (a) एक प्रभावी बाजार खंडीकरण के आवश्यक तत्वों का उल्लेख कीजिए।
(b) “विपणनकर्ता अपने उत्पादों के स्थितीयन (positioning) के लिए अनेक वैकल्पिक आधारों का उपयोग करते हैं।” उन आधारों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
10+10
3. उत्पाद मिश्रण (product mix) तथा उत्पाद शृंखला (product line) में अंतर बताइए। विपणनकर्ताओं द्वारा अपनाई जाने वाली विभिन्न उत्पाद मिश्रण तथा उत्पाद शृंखला युक्तियों का विवेचन कीजिए।
5+15

4. मूल्य निर्धारण की आधारभूत विधियों की व्याख्या कीजिए। 20
5. (a) विपणनकर्ताओं द्वारा अपनाई जाने वाली विभिन्न उत्पाद मिश्र मूल्य निर्धारण युक्तियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
(b) “विपणन संप्रेषण कंपनी की समग्र विपणन प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण भूमिका है।” समालोचना कीजिए। 12+8
6. (a) उन विभिन्न चुनौतियों का उल्लेख कीजिए जिनका सामना एक विपणनकर्ता को ग्रामीय विपणन में करना पड़ता है।
(b) अधोगामी (top down) दृष्टिकोण के अंतर्गत उपयोग की जाने वाली विभिन्न बजटिंग विधियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 10+10
7. व्यक्तिगत विक्रय प्रक्रिया के विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए। 20
8. “अलग-अलग उत्पादों के लिए अलग-अलग वितरण माध्यमों का उपयोग किया जाता है।” तर्कसहित व्याख्या कीजिए। 20
9. (a) क्रय व्यवहार (buying behaviour) स्थितियों के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख कीजिए। 10
(b) विपणन की परिभाषा कीजिए तथा भारत जैसी एक उभरती अर्थव्यवस्था के लिए इसके निहितार्थों की व्याख्या कीजिए। 3+7