

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

June, 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. "Channels of distribution used are different for different products." Explain and state the reasons for it. **20**

2. (a) Differentiate between micro and macro marketing environments. **8+12**
(b) Discuss the current marketing environment for luxury cars in India.

3. (a) Differentiate between 'marketing mix' and 'promotion mix'. **8+12**
(b) Explain the relationship between market segmentation, market targetting and product positioning.

4. You want to buy a washing machine for use at your house. Describe the buying decision process you will follow to buy the washing machine. **20**

5. Explain the various stages of new product development process. 20
6. (a) Discuss any five packaging strategies suitable for consumer goods like toothpaste. 10+10
(b) Briefly explain the pricing strategies normally adopted for pricing new products.
7. Discuss various factors that influence the price determination. 20
8. "No single medium of advertising is ideal in all respects." Discuss. 20
9. Write short notes on **any two** of the following :
(a) Green marketing 10+10
(b) Product mix pricing strategies
(c) Functional middlemen
(d) Social marketing
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 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. “उपयोग किए जाने वाले वितरण माध्यम विभिन्न उत्पादों के लिए अलग-अलग होते हैं।” कारण सहित व्याख्या कीजिए। 20
2. (a) व्यष्टि तथा समष्टि विपणन परिवेश में अंतर बताइए। 8+12
(b) भारत में विलास (luxury) कारों के लिए प्रचलित (current) विपणन परिवेश का विवेचन कीजिए।
3. (a) ‘विपणन मिश्र’ तथा ‘उत्पाद मिश्रण’ में अंतर की व्याख्या कीजिए। 8+12
(b) बाजारों का खंडीकरण, बाजार लक्ष्य निर्धारण तथा उत्पाद स्थितियन के बीच संबंध की व्याख्या कीजिए।
4. आप अपने घर में उपयोग करने के लिए एक धुलाई मशीन क्रय करना चाहते हैं। इसके क्रय के लिए आप जो प्रक्रिया अपनाएंगे उसका विस्तृत वर्णन कीजिए। 20

5. नये उत्पाद विकास प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाओं (stages) 20
की व्याख्या कीजिए।
6. (a) टुथपेस्ट जैसे उपभोक्ता उत्पाद के लिए अपनायी जाने
वाली किन्हीं उचित पाँच पैकेजिंग (डिब्बाबंदी) युक्तियों
का विवेचन कीजिए। 10+10
(b) नये उत्पाद की कीमत निर्धारण के लिए सामान्यतया
अपनायी जाने वाली रणनीतियों की संक्षेप में व्याख्या
कीजिए।
7. कीमत-निर्धारण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का 20
विवेचन कीजिए।
8. “विज्ञापन का कोई भी एक माध्यम अपने आप में सभी दृष्टिकोणों 20
से आदर्श नहीं है।” विवेचन कीजिए।
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :
(a) हरित विपणन (Green marketing) 10+10
(b) उत्पाद मिश्रण कीमत निर्धारण युक्तियाँ
(c) कार्यकारी मध्यस्थ
(d) सामाजिक विपणन
-