

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

June, 2015

MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage 70%

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

1. Compare and contrast marketing research with marketing information system. How does marketing intelligence help in market segmentation ? 12+8

2. How do environmental factors affect marketing policies and strategies ? What will be the impact on automobile industry if a new cheaper source of energy is invented ? 10+10

3. Define market targeting and explain the procedure on how to target different markets ? 8+12

4. Describe intervening factors between purchase intentions and purchase. What is the role of marketers during first stage of consumer behaviour ? 12+8

5. What is the difference in the branding strategy for industrial products, consumer products and agricultural products ? Discuss them in the context of developing a brand communication strategy. **10+10**
 6. What are the profit oriented objectives of pricing ? Differentiate between market skimming and penetration pricing strategies. **10+10**
 7. What do you understand by selective and intensive distribution ? How do channels of distribution add value to consumer goods ? **10+10**
 8. What factors should be considered in designing communication message ? Distinguish between pull and push strategies in the context of promotion. **10+10**
 9. (a) What do you mean by relationship marketing ? **10+10**
(b) Explain the role of internet in consumer goods marketing.
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2015

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. विपणन अनुसंधान और विपणन सूचना प्रणाली की तुलना कीजिये और अन्तर बताइये। बाज़ार खण्डीकरण में बाज़ार आसूचना किस प्रकार सहायता करती है? 12+8
2. परिवेश कारक किस प्रकार विपणन नीतियों और युक्तियों को प्रभावित करते हैं? यदि ऊर्जा के एक नये सस्ते स्रोत का आविष्कार हो तो इसका वाहन उद्योग पर क्या असर होगा? 10+10
3. बाज़ार लक्ष्य निर्धारण की परिभाषा दीजिए और विभिन्न बाज़ारों को लक्ष्य बनाये जाने की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। 8+12
4. क्रय इरादे और क्रय के बीच हस्तक्षेप करने वाले कारकों की चर्चा कीजिए। क्रेता व्यवहार के प्रथम चरण में विपणनकर्ताओं की क्या भूमिका होती है? 12+8

5. उपभोक्ता उत्पाद, औद्योगिक उत्पाद और कृषि उत्पादों की ब्रांडिंग युक्ति में क्या अन्तर है? ब्रांड संचार युक्ति को विकसित करने के संदर्भ में इनकी चर्चा कीजिए। **10+10**
6. कीमत-निर्धारण के लाभ-उन्मुख उद्देश्य क्या हैं? बाज़ार मंथन कीमत निर्धारण और बाज़ार-पैठ कीमत निर्धारण युक्ति में अन्तर बताइये। **10+10**
7. चयनात्मक वितरण और गहन वितरण से आप क्या समझते हैं? वितरण माध्यम, उपभोक्ता वस्तुओं में मूल्य संवर्धन किस प्रकार करते हैं? **10+10**
8. संप्रेषण संदेश को डिज़ाइन करने में किन कारकों पर विचार किया जाना चाहिये? संवर्धन के संदर्भ में पुल और पुश युक्तियों में अन्तर बताइये। **10+10**
9. (a) संबंध विपणन से आप क्या समझते हैं? **10+10**
(b) उपभोक्ता वस्तुओं के विपणन में इंटरनेट विपणन की क्या भूमिका है?
-