

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

December, 2012

04000

MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage 70%

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

1. (a) "Marketing involves satisfaction of consumer needs." Comment.
(b) Outline the steps in marketing management process. **10+10**
2. Briefly explain various stages involved in the consumer buying decision process. **20**
3. "Marketing mix strategies should be different at different stages of a product life cycle (PLC)." Justify the statement. **20**
4. Discuss various objectives of pricing. **20**
5. (a) Briefly explain the promotional packaging techniques used by marketers.
(b) State the alternative strategies for pricing a new product and examine the conditions under which they are suitable. **10+10**

6. What do you mean by Promotion Mix ? Explain the various factors that affect promotion mix. **4+16**
7. (a) Differentiate between advertising and publicity. State various tools of generating publicity. **5+5**
- (b) Differentiate between green marketing and social marketing. State various problems associated with green marketing. **5+5**
8. Discuss various tasks performed by an efficient physical distribution system. **20**
9. (a) What is marketing environment ? Comment on the marketing environment in India. **4+6**
- (b) "Repositioning needs a continuous monitoring of the brand's performance in the market." Comment. **10**
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2012

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

अधिकतम भारिता : 70%

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

1. (a) “विपणन में उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं की संतुष्टि निहित है।” समालोचना कीजिए।
(b) विपणन प्रबंध प्रक्रिया के विभिन्न चरणों का उल्लेख कीजिए। 10+10
2. उपभोक्ता क्रय निर्णयन प्रक्रिया में निहित विभिन्न चरणों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 20
3. “एक उत्पाद जीवन चक्र (PLC) के विभिन्न चरणों के लिए विपणन मिश्र युक्तियां भी अलग-अलग होनी चाहिए।” इस कथन को न्यायसंगत सिद्ध कीजिए। 20
4. मूल्यनिर्धारण के विभिन्न उद्देश्यों का विवेचन कीजिए। 20

5. (a) विपणनकर्त्ताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली संवर्धनात्मक पैकेजिंग प्रविधियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 10+10
- (b) एक नवीन उत्पाद के मूल्यनिर्धारण की वैकल्पिक रणनीतियों का उल्लेख कीजिए तथा उन स्थितियों का विवेचन कीजिए जिनमें उन्हें उपयुक्त माना जाता है।
6. संवर्धन मिश्रण (promotion mix) से आपका क्या तात्पर्य है? संवर्धन मिश्रण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए। 4+16
7. (a) विज्ञापन तथा प्रचार में अंतर बताइए। प्रचार करने के विभिन्न साधनों का उल्लेख कीजिए। 5+5
- (b) हरित विपणन तथा सामाजिक विपणन में अंतर बताइए। 5+5
हरित विपणन से संबंधित विभिन्न समस्याओं का भी उल्लेख कीजिए।
8. एक कुशल भौतिक वितरण प्रणाली द्वारा प्रतिपादित विभिन्न कार्यों का विवेचन कीजिए। 20
9. (a) विपणन परिवेश से क्या तात्पर्य है? भारतीय विपणन परिवेश की समालोचना कीजिए। 4+6
- (b) “पुनःस्थितीयन (repositioning) के अंतर्गत बाजार में ब्रांड के निष्पादन के निरंतर अनुश्रवण की आवश्यकता होती है।” समालोचना कीजिए। 10