

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

December, 2017

02407

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. Discuss various concepts under which the 12+8 business enterprises conduct their marketing activity, and explain the evolution process of these concepts.
2. Define marketing information system and give 6+14 suggestions to develop an effective marketing information system.
3. Analyse the personal factors of buyers which 20 influence their buying behaviour. Give suitable examples.
4. (a) Differentiate between consumer market and 8+12 organisational market.
(b) Describe any six characteristics of an organisational market.

5. "Because of differences between products and services, marketing of services face some distinctive challenges". Discuss those unique challenges in the marketing of services. 20
6. (a) You are a marketing expert. A new company asked for your advice as to whether they should go in or for family branding strategy or individual branding strategy. Give your advise with proper reasons. 10+10
- (b) Discuss any five packaging strategies considered suitable for consumer goods like tooth paste.
7. Discuss the various strategies of geographic pricing with examples. 20
8. What is 'promotion mix' ? Which are the factors you keep in mind while taking promotion mix decisions ? Explain. 4+16
9. Write short notes on **any two** of the following : 10+10
- (a) Integrated marketing communication
- (b) Resale price maintenance
- (c) Direct marketing
- (d) Functions of channels of distribution
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2017

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. उन विभिन्न संकल्पनाओं का विवेचन कीजिए जिनके अंतर्गत व्यावसायिक उद्यम अपने विपणन कार्यकलापों का संचालन करते हैं, तथा इन संकल्पनाओं की विकास प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। 12+8
2. विपणन सूचना प्रणाली की परिभाषा दीजिए, तथा एक प्रभावी विपणन सूचना प्रणाली विकसित करने के लिए आवश्यक सुझाव दीजिए। 6+14
3. क्रेताओं के उन व्यक्तिगत कारकों का विवेचन कीजिए जिनसे उनका क्रय व्यवहार प्रभावित होता है। उपयुक्त उदाहरण भी दीजिए। 20
4. (a) उपभोक्ता बाजार तथा संगठनात्मक बाजार में अंतर बताइए। 8+12
(b) संगठनात्मक बाजार की किन्हीं छः विशेषताओं का वर्णन कीजिए।

5. “उत्पादों व सेवाओं में अंतर के कारण सेवाओं के विपणन में कुछ विशिष्ट चुनौतियों का सामना करना पड़ता है।” सेवाओं के विपणन से संबंधित इन अपूर्व (unique) चुनौतियों का विवेचन कीजिए। 20
6. (a) आप एक विपणन विशेषज्ञ हैं। एक नयी कंपनी आप से सलाह मांगती है कि उसे परिवार ब्रांडिंग रणनीति अथवा व्यक्तिगत ब्रांडिंग रणनीति अपनानी चाहिए। उचित कारणों सहित अपनी सलाह दीजिए। 10+10
- (b) टुथपेस्ट जैसी उपभोक्ता वस्तुओं के लिए किन्हीं पाँच उपयुक्त पैकेजिंग रणनीतियों का विवेचन कीजिए।
7. भौगोलिक कीमत निर्धारण की युक्तियों की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 20
8. संवर्धन मिश्र से क्या तात्पर्य है? संवर्धन मिश्र संबंधी निर्णय लेते समय आप किन कारकों को ध्यान में रखेंगे? व्याख्या कीजिए। 4+16
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10
- (a) एकीकृत विपणन संप्रेषण
- (b) पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण
- (c) प्रत्यक्ष विपणन
- (d) वितरण माध्यमों के कार्य