

No. of Printed Pages : 6

**MCO-06**

**MASTER OF COMMERCE**

**(M. COM.)**

**Term-End Examination**

**December, 2020**

**MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 Hours*

*Maximum Marks : 100*

---

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

---

---

1. “Marketing managers should focus more on the micro-environment than the macro-environment while deciding marketing policies and strategies.” Do you agree ? Give comments in support of your argument. 20
2. Differentiate between consumer market and organisational market. Discuss the distinctive characteristics of organisational markets. 5+15

3. (a) Discuss different methods used in positioning the product. Give examples. 10  
(b) Discuss various factors to be kept in mind while developing an effective marketing information system. 10
4. Differentiate between product and service. Discuss various challenges in marketing of services. 5+15
5. Discuss various factors you should keep in mind while determining the price of the product. Also explain methods of pricing. 20
6. “Channels of distribution are different for different products”. Discuss. 20
7. “Customer service and cost reduction are the two benchmarks of an effective system of marketing logistics.” Comment. 20
8. Discuss the various steps involved in the personal selling process. 20

9. Write short notes on any *two* of the following : 10+10

- (a) Integrated marketing communication
- (b) Resale price maintenance
- (c) Reasons for failure of new products
- (d) Mass customisation

**MCO-06**

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

( एम. कॉम. )

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2020

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबन्धन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

---

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

---

1. “विपणन नीतियों का निर्धारण करते समय विपणन प्रबन्धकों को स्थूल परिवेश की तुलना में सूक्ष्म परिवेश पर अधिक ध्यान देना चाहिए।” क्या आप इस कथन से सहमत हैं? अपनी सहमति के समर्थन में टिप्पणी कीजिए।

2. उपभोक्ता बाजार और संगठनात्मक बाजार के बीच अन्तर स्पष्ट कीजिए। संगठनात्मक बाजार की विशिष्ट विशेषताओं पर चर्चा कीजिए। 5+15
3. (अ) उत्पाद की स्थितीयन में प्रयुक्त होने वाली विभिन्न विधियों की चर्चा कीजिए। उत्तर के समर्थन में उदाहरण दीजिए। 10
- (ब) प्रभावी विपणन सूचना प्रणाली को विकसित करते समय ध्यान रखने योग्य विभिन्न कारकों की चर्चा कीजिए। 10
4. उत्पाद और सेवाओं में अन्तर स्पष्ट कीजिए। सेवाओं के विपणन में विभिन्न चुनौतियों/कठिनाइयों की व्याख्या कीजिए। 5+15
5. किसी उत्पाद के कीमत निर्धारण में विचार योग्य विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए। कीमत निर्धारण की विभिन्न विधियों को भी समझाइए। 20

6. “विभिन्न प्रकार के उत्पादों के लिए वितरण के चैनल भिन्न-भिन्न हैं।” व्याख्या कीजिए। 20
7. “किसी प्रभावी लाजिस्टिक्स के दो मानक हैं-ग्राहक सेवा और मूल्य/कीमत कटौती।” व्याख्या कीजिए। 20
8. व्यक्तिगत बिक्री प्रक्रिया में प्रयुक्त होने वाले विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए। 20
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10
- (क) एकीकृत विपणन संचार
- (ख) पुनर्विक्रय मूल्य रख-रखाव
- (ग) नये उत्पाद की विफलता के कारण
- (घ) व्यापक अनुकूलन