

No. of Printed Pages : 6

MCO-6

**MASTER OF COMMERCE
(M. COM.)**

Term-End Examination

December, 2023

MCO-6 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Note : (i) *Attempt any five questions.*

(ii) *Marks are given against each question.*

1. Briefly explain various stages involved in the consumer buying decision process. 20
2. What is marketing information system ? Explain the major components of marketing information system with the help of suitable example. 20
3. Define market targeting and explain the procedure on how to target different markets.

8, 12

P. T. O.

4. Differentiate between product and services. Discuss various challenges in marketing of services. 5,15
5. What is a channel conflict ? Identify the causes of channel conflict and suggest remedies for them. 4,16
6. (a) What factors are involved in setting prices ? Discuss. 10
(b) Discuss various geographical pricing strategies with the help of suitable example. 10
7. What is promotion mix ? Discuss the factors that affect the promotion mix of a company. 5,15
8. Differentiate between micro and macro environments of marketing. Discuss various factors of macro environment of marketing in India. 5,15

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

10,10

- (a) Market segmentation
- (b) Consumer behaviour
- (c) Pricing objectives
- (d) Retail management

MCO-6

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

(एम. कॉम.)

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2023

एम.सी.ओ.-6 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिये।

(ii) प्रत्येक प्रश्न के अंक उसके सामने अंकित हैं।

-
-
1. उपभोक्ता क्रय निर्णयन प्रक्रिया में निहित विभिन्न चरणों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 20
 2. विपणन सूचना प्रणाली से क्या तात्पर्य है ? विपणन सूचना प्रणाली के प्रमुख घटकों की व्याख्या उदाहरण सहित कीजिए। 20

3. बाजार लक्ष्य निर्धारण की परिभाषा दीजिए और विभिन्न बाजारों को लक्ष्य बनाये जाने की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। 8, 12
4. उत्पाद और सेवाओं में अंतर स्पष्ट कीजिए। सेवाओं के विपणन में विभिन्न चुनौतियों की व्याख्या कीजिए। 5, 15
5. चैनल द्वंद्व क्या है ? चैनल द्वंद्व के कारणों की पहचान कीजिए तथा इनके लिए उपाय सुझाइए। 4, 16
6. (क) कीमत निर्धारण में कौन-से कारक निहित होते हैं ? व्याख्या कीजिए। 10
- (ख) विभिन्न भौगोलिक कीमत निर्धारण युक्तियों का उदाहरण सहित वर्णन कीजिए। 10
7. संवर्धन मिश्रण से क्या तात्पर्य है ? एक कम्पनी के संवर्धन मिश्रण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए। 5, 15

8. विपणन के व्यष्टि परिवेश तथा समष्टि परिवेश में अंतर बताइए। भारत में विपणन के समष्टि परिवेश के विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए। 5, 15
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10, 10
- (क) बाजार खंडीकरण
- (ख) उपभोक्ता व्यवहार
- (ग) कीमत निर्धारण के उद्देश्य
- (घ) खुदरा फुटकर व्यापार प्रबंध