

02881

**MASTER OF COMMERCE**

**Term-End Examination**

**June, 2012**

**MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

---

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

---

1. Describe the various micro and macro environmental factors that influence the marketing decisions of a company and state the benefits of environmental scanning. 12, 8
  
2. (a) Discuss sales promotion as method of communication and the reasons for its rapid growth in India. 12, 8  
(b) What is publicity ? How is it different from advertising ? Explain with examples.
  
3. (a) What is channel conflict ? Explain its various causes and the mechanisms for effective conflict management. 12, 8  
(b) Compare and contrast departmental stores with chain stores.

4. (a) Discuss the total systems approach to marketing logistics. How is it different from the total cost approach ? 10, 10
- (b) Explain the various product-price adjustment strategies.
5. Compare and contrast skimming pricing with penetration pricing. Also explain the rules relating to display of retail prices. 12, 8
6. (a) Briefly explain the concept of expanded services marketing mix and the services marketing triangle. 10, 10
- (b) Discuss the life cycle stretching adopted in the case of a product when its sales started declining.
7. (a) Explain the difference between branding strategies adopted for industrial products, consumer products and agricultural products. 10, 10
- (b) Discuss buying decision process as a continuous process and the stages involved there in.

8. (a) Explain the concept of micro marketing and clarify whether this concept is being adopted by some Indian companies. **10, 10**
- (b) Repositioning needs a continuous monitoring of the brand's performance in the market." Explain with suitable examples.
9. (a) Explain the evolution process of marketing management philosophy. **8, 12**
- (b) What do you mean by marketing research ? Describe the state of marketing research in India.
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2012

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

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

1. कंपनी के विपणन निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न व्यष्टि एवं समष्टि (micro and macro) परिवेशीय कारकों का वर्णन कीजिए, तथा परिवेश के सूक्ष्मदर्शन के लाभों का उल्लेख कीजिए। 12, 8
2. (a) विक्रय संवर्धन को संप्रेषण की एक विधि के रूप में विवेचन कीजिए, तथा भारत में इसके तीव्र विकास के कारणों का उल्लेख कीजिए। 12, 8  
(b) प्रचार (publicity) से क्या तात्पर्य है? यह विज्ञापन से किस प्रकार भिन्न है? उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।
3. (a) माध्यम वैषम्य (channel conflict) से क्या तात्पर्य है? इसके विभिन्न कारणों तथा प्रभावी वैषम्य प्रबंध तंत्र की व्याख्या कीजिए 12, 8  
(b) विभागीय भंडार तथा शृंखला भंडार की तुलना कीजिए, तथा उनमें अंतर बताइए।

4. (a) विपणन लॉजिस्टिक्स की कुल प्रणाली अवधारणा (total systems approach) का विवेचन कीजिए। यह कुल लागत अवधारणा से किस प्रकार भिन्न है? 10, 10
- (b) विभिन्न उत्पाद-मूल्य समायोजन युक्तियों की व्याख्या कीजिए।
5. बाजार मंथन मूल्य निर्धारण (skimming pricing) तथा पैठ मूल्य निर्धारण (penetration pricing) की तुलना कीजिए तथा उनमें अंतर बताइए। फुटकर मूल्यों के प्रदर्शन संबंधी नियमों का भी व्याख्या कीजिए। 12, 8
6. (a) 'विस्तारित सेवा विपणन मिश्र' तथा 'सेवा विपणन त्रिकोण' संकल्पनाओं का संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
- (b) किसी उत्पाद के विक्रय में कमी शुरू होने की स्थिति में जीवन चक्र विस्तार (life cycle stretching) अपनाने की संकल्पना का विवेचन कीजिए। 10, 10
7. (a) औद्योगिक उत्पादों, उपभोक्ता उत्पादों तथा कृषि उत्पादों के लिए अपनाई जाने वाली ब्रांड निर्धारण युक्तियों में अंतर की व्याख्या कीजिए। 10, 10
- (b) क्रय निर्णयन प्रक्रिया का एक अनवरत प्रक्रिया के रूप में तथा उसमें निहित चरणों का विवेचन कीजिए।

8. (a) व्यष्टि विपणन (micro marketing) की संकल्पना की व्याख्या कीजिए तथा यह स्पष्ट कीजिए कि, क्या कुछ भारतीय कंपनियों ने इस संकल्पना को अपनाया है? 10, 10
- (b) “पुनः स्थितीयन (Repositioning) के अन्तर्गत ब्रांड के निष्पादन के निरन्तर अनुश्रवण की आवश्यकता होती है।” उचित उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।
9. (a) विपणन प्रबंध दर्शन की विकास प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। 8, 12
- (b) विपणन अनुसंधान से क्या तात्पर्य है? भारत में विपणन अनुसंधान की स्थिति का विवेचन कीजिए।
-