

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

June, 2016

01334

MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage : 70%

Note : (i) Attempt any five questions.

(ii) Marks are given against each questions.

1. Identify the steps involved in segmenting and targeting markets. Explain the different factors used to segment Industrial markets. 10, 10
2. (a) What factors are used in setting prices ? 10, 10
(b) Discuss the various pricing strategies used by marketers.
3. Define a distribution channel and indicate its importance in marketing. Discuss the factors governing the choice of a distribution channel for an industrial chemical company. 10, 10
4. Explain the following briefly : 5, 5, 5, 5
 - (a) Marketing Mix
 - (b) Overfull demand
 - (c) Total customer value
 - (d) Societal concept of marketing

5. (a) Discuss the concept of product life cycle. 10
(b) Explain the strategies used in different stages of PLC. 10
6. Distinguish between total system approach and total cost approach to marketing logistics. What will be the marketing logistics for a Delhi based soft drink manufacturer producing several national brands ? 10, 10
7. (a) What is "Advertising" ? Trace the historical perspectives of advertising. 10, 10
(b) "The success of advertising campaign depends on proper selection of the media". Discuss.
8. An International company is planning to introduce a ultra modern luxury car. How will you develop this new product ? Explain the steps involved in new product development. 20
9. Write short notes on **any two** of the following : 10, 10
(a) Market segmentation
(b) Consumer behaviour
(c) Pricing objectives
(d) Retail management
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2016

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

(ii) प्रत्येक प्रश्नों के सामने अंक दिए गए हैं।

1. बाजारों के खंडीकरण तथा बाजार लक्ष्य निर्धारण की प्रक्रियाओं में निहित कदमों का उल्लेख कीजिए, तथा औद्योगिक बाजारों के खंडीकरण के विभिन्न आधारों (कारकों) की व्याख्या कीजिए।
10, 10
2. (a) मूल्य-निर्धारण के लिए किन कारकों का उपयोग किया जाता है?
10, 10
(b) विपणनकर्ताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली विभिन्न मूल्य-निर्धारण युक्तियों का वर्णन कीजिए।
3. वितरण माध्य से क्या तात्पर्य है? विपणन में इसके महत्त्व का उल्लेख कीजिए। एक औद्योगिक रासायनिक कंपनी के लिए वितरण माध्य के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन कीजिए।
10, 10

4. निम्नलिखित की संक्षेप में व्याख्या कीजिए : 5, 5, 5, 5
- (a) विपणन मिश्र
(b) अतिपूर्ण (overfull) मांग
(c) सकल ग्राहक मूल्य
(d) विपणन की समाजीय संकल्पना
5. (a) उत्पाद जीवन चक्र (PLC) की संकल्पना का विवेचन 10
कीजिए।
(b) उत्पाद जीवन चक्र की विभिन्न अवस्थाओं में उपयोग 10
की जाने वाली युक्तियों (strategies) की व्याख्या
कीजिए।
6. विपणन लॉजिस्टिक्स की 'कुल प्रणाली अवधारणा' तथा 'कुल
लागत अवधारणा' में अंतर बताइए। दिल्ली के एक सॉफ्ट
ड्रिंक विनिर्माता, जो अनेक राष्ट्रीय ब्रांडों का उत्पादन करता है,
के लिए क्या विपणन लॉजिस्टिक्स (भौतिक वितरण) व्यवस्था
होगी। 10, 10
7. (a) 'विज्ञापन' से क्या तात्पर्य है? विज्ञापन के ऐतिहासिक
परिप्रेक्ष्य का अनुरेखण कीजिए। 10, 10
(b) "विज्ञापन अभियान की सफलता इसके माध्यम के उचित
चयन पर निर्भर करती है।" विवेचन कीजिए।
8. एक अंतर्राष्ट्रीय कंपनी एक अति आधुनिक विलास कार बाजार 20
में लाने की योजना बना रही है। आप इस नये उत्पाद का
विकास कैसे करेंगे? एक नये उत्पाद की विकास प्रक्रिया में
निहित विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए।

9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

10, 10

- (a) बाजार का खण्डीकरण
 - (b) उपभोक्ता व्यवहार
 - (c) कीमत-निर्धारण के उद्देश्य
 - (d) फुटकर व्यापार प्रबंधन
-