

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

**Term-End Examination**

**June, 2020**

**MCO-006 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 Hours*

*Maximum Marks : 100*

---

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

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

---

---

1. Discuss the scope of marketing research in terms of its applications in various marketing decision areas. 20
  
2. (a) Briefly explain, how macro environmental factors affect a company's marketing policies and strategies. 10

- (b) Describe various types of consumer buying behaviour situations. 10
3. Explain the steps involved in the process of product positioning. Give suitable examples to support your answer. 20
4. Differentiate between products and services. Discuss the interdependence of products and services. 10, 10
5. (a) Why do new products fail ? 10
- (b) What is re-sale price maintenance ? What are the legal provisions for its regulation in India ? 3, 7
6. Discuss the basic methods of price determination and their advantages and limitations. 20

7. What role does intermediaries play in the distribution of products ? Can intermediaries be eliminated ? Give reasons in support of your answer. 10, 10
8. Discuss the steps involved in the personal selling process. 20
9. Write short notes on any *two* of the following : 10 each
- (a) Total system approach to marketing logistics
  - (b) Direct channel of distribution
  - (c) Role of sales force in relationship marketing
  - (d) Integrated marketing communication

**MCO-006**

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि ( एम. कॉम. )

सत्रांत परीक्षा

जून, 2020

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबन्ध

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

---

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

(ii) प्रत्येक प्रश्न के सामने अंक दिए हैं।

---

---

1. विभिन्न अनुसन्धान के विषय-क्षेत्र की व्याख्या उसके विभिन्न विपणन निर्णयों की उपयुक्तता के संदर्भ में कीजिए।

2. (क) समष्टि परिवेश कारक किस प्रकार किसी कम्पनी की विपणन नीतियों और रणनीतियों को प्रभावित करते हैं, संक्षिप्त वर्णन कीजिए। 10

(ख) विभिन्न क्रेता व्यवहार परिस्थितियों का वर्णन कीजिए। 10

3. उपयुक्त उदाहरण सहित किसी उत्पाद की स्थितीयन प्रक्रिया के विभिन्न पदों को स्पष्ट कीजिए। 20

4. उत्पाद और सेवाओं में अन्तर स्पष्ट कीजिए। उत्पाद और सेवाओं के मध्य अन्तरनिर्भरता की व्याख्या कीजिए। 10, 10

5. (क) नये उत्पाद क्यों असफल होते हैं ? 10

(ख) पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण का क्या अर्थ है ?

भारत में इसका नियमन करने के क्या कानूनी

प्रावधान हैं ?

3, 7

6. कीमत निर्धारण की मूल विधियों की व्याख्या

कीजिए। उनके लाभ तथा सीमाओं को भी स्पष्ट

कीजिए।

20

7. उत्पादों के वितरण में मध्यस्थ की क्या भूमिका है ?

क्या उनको हटाया जा सकता है ? अपने उत्तर के

समर्थन में कारण दीजिए।

10, 10

8. व्यक्तिगत विक्रय प्रक्रिया में विभिन्न पदों का वर्णन

कीजिए।

20

9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ

लिखिए :

प्रत्येक 10

(क) विपणन लॉजिस्टिक्स की कुल प्रणाली

अवधारणा

(ख) वितरण की सीधी प्रणाली

(ग) विपणन के सम्बन्ध में विक्रय बल की भूमिका

(घ) सम्पूर्ण विपणन सम्प्रेषण