

**MASTER OF COMMERCE**  
**Term-End Examination**  
**June, 2021**

**MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*(Weightage : 70%)*

---

**Note :** *Attempt any **five** questions. Marks are given against each question.*

---

---

1. What is marketing management ? Discuss the steps involved in the marketing management process. 4+16
2. "Market segmentation, targeting and positioning are inter-related." Discuss each one of them with examples. 20
3. (a) Explain the role that consumer plays in consumer buying process. 10  
(b) Differentiate between the following : 5+5
  - (i) Marketing Information System and Marketing Intelligence System
  - (ii) Marketing Research and Market Research

4. Explain the various stages of new product development process, giving suitable examples. 20
5. Differentiate between product mix and product line with the help of suitable examples. Discuss various pricing strategies used by marketers, with examples. 4+16
6. What is a channel conflict ? Identify the causes of channel conflict and suggest remedies for them. 4+16
7. What is promotion mix ? State the factors you will keep in mind while deciding promotion mix for a product. 4+16
8. What are factors considered in designing channel of distribution in case of FMCG products ? Discuss. 20
9. Write short notes on any **two** of the following : 10+10
- (a) Relationship Marketing
  - (b) Functions of Middlemen
  - (c) Individual Branding vs Umbrella Branding
  - (d) Competition Based Pricing
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2021

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

(कुल का : 70%)

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रत्येक प्रश्न के अंक उनके सामने दिए गए हैं ।

1. विपणन प्रबंध क्या है ? विपणन प्रबंध प्रक्रिया में सम्मिलित चरणों की चर्चा कीजिए । 4+16
2. “बाज़ार खण्डीकरण, लक्ष्यीकरण और स्थितीयन अंतर-संबंधित हैं ।” उदाहरणों सहित उनमें से प्रत्येक की चर्चा कीजिए । 20
3. (क) उपभोक्ता क्रय प्रक्रिया में उपभोक्ता द्वारा निभाई गई भूमिका की व्याख्या कीजिए । 10  
(ख) निम्नलिखित में अंतर स्पष्ट कीजिए : 5+5
  - (i) विपणन सूचना प्रणाली और विपणन आसूचना प्रणाली
  - (ii) विपणन शोध (अनुसंधान) और बाज़ार शोध

4. नए उत्पाद विकास प्रक्रिया के विभिन्न चरणों की उपयुक्त उदाहरण देते हुए व्याख्या कीजिए । 20
5. उपयुक्त उदाहरणों की सहायता से उत्पाद मिश्रण व उत्पाद लाइन में अंतर स्पष्ट कीजिए । विपणनकर्ताओं द्वारा उपयोग में लाई जाने वाली विभिन्न क़ीमत-निर्धारण रणनीतियों की उदाहरणों सहित चर्चा कीजिए । 4+16
6. चैनल द्वंद्व (channel conflict) क्या है ? चैनल द्वंद्व के कारणों की पहचान कीजिए तथा इनके लिए उपाय सुझाइए । 4+16
7. संवर्धन मिश्र क्या है ? किसी उत्पाद के संवर्धन मिश्र को तय करते समय आप किन कारकों को ध्यान में रखेंगे ? उल्लेख कीजिए । 4+16
8. एफ.एम.सी.जी. उत्पादों के वितरण चैनल को डिज़ाइन करने में किन कारकों पर विचार किया जाता है ? चर्चा कीजिए । 20
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10
- (क) संबंध विपणन
- (ख) बिचौलियों के कार्य
- (ग) व्यक्तिगत ब्रांडिंग बनाम अम्ब्रेला ब्रांडिंग
- (घ) प्रतियोगिता आधारित मूल्य-निर्धारण
-