

No. of Printed Pages : 6

MCO-006

MASTER OF COMMERCE (M.COM.)

Term-End Examination

June, 2022

MCO-006 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 100

Weightage : 70%

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

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

1. Critically examine various phases of consumerism in India. Also examine various regulations that affect marketing decisions in India. 10, 10

P. T. O.

2. How do perception and learning influence the buyer behaviour ? Elaborate with examples. Analyse the personal factors which influence buyer behaviour. 10, 10

3. Why should a company brand a product ? What are distinctions among brand identity, brand image and brand position ? Discuss with examples. 8, 12

4. What do you mean by re-sale price maintenance ? Discuss briefly the legal provisions for its regulation in India. 10, 10

5. Why is distribution channel important for flow of goods from producer to consumer ? Discuss the functions of retailing briefly. 12, 8

6. Is personal selling equally relevant in all situations ? How can a manager create a positive image by using the publicity ? 10, 10
7. What are the various steps that you should undertake for developing an effective marketing communication ? How do you improve the efficiency of the channel members ? 10, 10
8. Explain the rules relating to display of retail prices. Discuss the features responsible for failure of new products. 10, 10
9. Discuss various stages involved in the buying decision process. Explain various cultural factors which influence consumer behaviour. 10, 10

MCO-006

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि (एम. कॉम.)

सत्रांत परीक्षा

जून, 2022

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबन्ध

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

भारिता : 70%

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

(ii) प्रत्येक प्रश्न के अंक उनके सामने दिये गये हैं।

1. भारत में उपभोक्तावाद के विभिन्न चरणों की समालोचनात्मक व्याख्या कीजिए। विभिन्न विनियमनों की भी व्याख्या कीजिए जो विपणन निर्णयों को प्रभावित करते हैं।
- 10, 10

2. प्रत्यक्षण और अधिगम क्रेता व्यवहार को कैसे प्रभावित करते हैं ? उदाहरण सहित समझाइए। क्रेता व्यवहार को प्रभावित करने वाले वैयक्तिक कारकों का भी विश्लेषण कीजिए। 10, 10
3. किसी कम्पनी को किसी उत्पाद की ब्रांडिंग क्यों करनी चाहिये ? ब्रांड पहचान, ब्रांड छवि और ब्रांड का स्थितियन में क्या अन्तर है ? उदाहरण सहित समझाइए। 8, 12
4. पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण से आप क्या समझते हैं ? भारत में इसके विनियमन के कानूनी प्रावधान क्या हैं ? 10, 10
5. वस्तुओं के उत्पादक से उपभोक्ता तक के प्रवाह में वितरण माध्यम क्यों महत्वपूर्ण हैं ? खुदरा बिक्री के कार्यों का संक्षिप्त वर्णन कीजिए। 12, 8

6. क्या सभी परिस्थितियों में व्यक्तिगत विक्रय समान रूप से प्रासंगिक है ? प्रचार के प्रयोग द्वारा प्रबंधक कैसे सकारात्मक इमेज बना सकता है ? 10, 10
7. एक प्रभावी विपणन संचार विकसित करने के लिए आपको कौन-से विभिन्न कदम उठाने चाहिये ? आप चैनल सदस्यों की दक्षता में सुधार कैसे कर सकते हैं ? 10, 10
8. खुदरा कीमतों के प्रदर्शन से संबंधित नियमों की व्याख्या कीजिए। नये उत्पादों की विफलता के उत्तरदायी कारणों की व्याख्या कीजिए। 10, 10
9. क्रय-निर्णय प्रक्रिया के विभिन्न चरणों का वर्णन कीजिए। उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले सांस्कृतिक कारकों की व्याख्या कीजिए। 10, 10