

No. of Printed Pages : 6

**MCO-06**

**MASTER OF COMMERCE**

**(M. COM.)**

**Term-End Examination**

**June, 2023**

**MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 Hours*

*Maximum Marks : 100*

---

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

---

---

1. Compare and contrast the concepts of marketing and selling for consumer goods. How consumer orientation at all the levels of a company can be created ? Give examples in support. 10, 10
2. What is Market Segmentation ? Discuss the importance and bases that can be used to segment the market. Give example in support.

5, 15

**P. T. O.**

3. Explain Consumer Buying Decision Process taking into account level of involvement. Discuss the factors influencing consumer in arriving of decision related to brand selection.
- 10, 10
4. (a) Explain the expanded services mix and the services marketing triangle in the context of Indian consumer market. 10
- (b) Discuss the classification of services with examples. 10
5. Write short notes on the following : 5 each
- (a) Advantages and disadvantages of Branding
- (b) Product positioning
- (c) Cost based pricing
- (d) Trade discounts and allowances
6. Explain various channels of distribution applicable in a large sized business organization. How do the channels of distribution add value to marketing of goods ?

7. What is Marketing Communication ? Explain various types of marketing communication with examples. 8, 12
8. (a) Why relationship marketing is gaining significance these days ? Discuss. 10
- (b) What are different types of relationship building strategies ? Discuss with examples. 10
9. What is pricing ? Explain different methods of pricing with examples. 5, 15

**MCO-06**

वाणिज्य में स्नातकोत्तर

( एम. कॉम. )

सत्रांत परीक्षा

जून, 2023

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबन्धन

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

---

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

---

1. उपभोक्ता उत्पादों के लिए विपणन और विक्रय की अवधारणाओं में तुलना कीजिए। कम्पनी के प्रत्येक स्तर पर उपभोक्ता उन्मुखता कैसे लाई जाये ? अपने उत्तर के समर्थन में उदाहरण दीजिए। 10, 10

2. बाजार खण्डीकरण क्या है ? इसके महत्व एवं विभिन्न आधारों की व्याख्या कीजिए। अपने उत्तर के समर्थन में उदाहरण दीजिए। 5, 15
3. भागीदारी के स्तर को ध्यान में रखते हुए उपभोक्ता क्रय निर्णय प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। ब्रांड चयन संबंधित निर्णयन को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए। 10, 10
4. (क) भारतीय उपभोक्ता बाजार के संदर्भ में विस्तारित सेवा मिश्र और सेवाओं के विपणन त्रिभुज की व्याख्या कीजिए। 10
- (ख) सेवाओं के वर्गीकरण की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 10
5. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : प्रत्येक 5
- (क) ब्राँड निर्धारण के लाभ एवं हानियाँ
- (ख) उत्पाद स्थितीयन
- (ग) लागत आधारित कीमत निर्धारण
- (घ) व्यापार छूट और रियायतें

6. किसी बड़े व्यावसायिक संगठन के लिए उपयुक्त विभिन्न वितरण माध्यमों की चर्चा कीजिए। उत्पादों के विपणन में विपणन माध्यम किस प्रकार उपयोगी है ?

12, 8

7. विपणन संप्रेषण क्या है ? विभिन्न प्रकार के विपणन संप्रेषण की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 8, 12

8. (क) वर्तमान में संबंध विपणन महत्वपूर्ण क्यों है ?  
व्याख्या कीजिए। 10

- (ख) संबंध बनाने की विभिन्न प्रकार की युक्तियाँ क्या हैं ? उदाहरण सहित चर्चा कीजिए। 10

9. कीमत निर्धारण क्या है ? विभिन्न प्रकार की कीमत निर्धारण विधियों की उदाहरण सहित चर्चा कीजिए।

5, 15