

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

December, 2010

00268

MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

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

1. What do you mean by consumerism ? What are its positive and negative effects ? 20
2. What are the various steps involved in marketing research study ? Briefly explain them with the help of a hypothetical marketing research project. 20
3. What is competitive advantage ? How can you create competitive advantage for positioning the product ? Explain with examples. 20
4. What do you know about the expanded services marketing mix and the services marketing triangle ? Discuss their relevance in the ongoing process of globalisation. 20

5. Discuss the role of packing in the self service retail outlets. How does packing differ to packaging ? 20
 6. Compare and contrast skimming pricing policy with penetration pricing policy. 20
 7. What are the channels used for industrial products ? State the activities involved in channel management. 20
 8. What is total system approach to marketing logistics ? When is this preferred over total cost approach ? Explain. 20
 9. How do you develop a sound marketing communication system ? Explain its major components briefly. 20
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2010

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

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

1. उपभोक्तावाद (consumerism) से क्या तात्पर्य है? इस के 20
सकारात्मक तथा नकारात्मक प्रभाव क्या हैं? व्याख्या कीजिए।
2. विपणन अनुसंधान के अध्ययन में क्या विभिन्न कदम निहित 20
हैं? एक प्राक्काल्पनिक विपणन अनुसंधान परियोजना की
सहायता से इन की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
3. प्रतिस्पर्धात्मक लाभ से क्या तात्पर्य है? उत्पाद के स्थानन 20
(product positioning) के लिए आप प्रतिस्पर्धात्मक लाभ
कैसे उत्पन्न करेंगे? उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।
4. सेवाओं के लिए विस्तारित (expanded) विपणन मिश्र तथा 20
विपणन त्रिकोण के बारे में आप क्या जानते हैं? विश्वीकरण
की अविरत प्रक्रिया के साथ इन की संबद्धता का विवेचन
कीजिए।

5. स्व-सेवा (self-service) फुटकर दुकानों में पैकिंग की भूमिका 20
का विवेचन कीजिए। पैकिंग, डिब्बाबंदी (packaging) से
किस प्रकार भिन्न है? व्याख्या कीजिए।
6. बाजार मंथन मूल्य निर्धारण नीति तथा बाजार पैठ मूल्य निर्धारण 20
नीति में अन्तर बताइए।
7. औद्योगिक उत्पादों के वितरण के लिए उपयोग किए जाने वाले 20
माध्यम (channels) क्या हैं? माध्यम प्रबंधन की विभिन्न
क्रियाओं का उल्लेख कीजिए।
8. माल के भौतिक वितरण की कुल प्रणाली अवधारणा (Total 20
System Approach) से क्या तात्पर्य है? इसे कुल लागत
अवधारणा से कब प्राथमिकता दी जाती है? व्याख्या कीजिए।
9. एक अच्छी विपणन संप्रेषण प्रणाली कैसे विकसित की जाती 20
है? इस के मुख्य घटकों (components) की संक्षेप में व्याख्या
कीजिए।
