1129194

No. of Printed Pages : 8

MCO-006

MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

December, 2019

MCO-006 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 Hours *Maximum Marks : 100*

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

---

1. "There are five different marketing concepts under which business enterprises conduct their marketing activity." In the light of the statement, explain them and discuss the evolution process of those concepts. $12\frac{1}{2} + 7\frac{1}{2}$

2. (a) Briefly discuss the marketing environment in India. 10

   (b) Discuss the role of family in the purchase of consumer durable goods. 10

3. Critically evaluate any *four* main bases used for segmenting consumer markets. 20

4. What is product life cycle (PLC) ? Discuss the marketing strategies used in each stage of PLC. 4 + 16

5. (a) As a marketing manager, state whether you prefer family branding or individual branding. Give reasons for your decision. 10

   (b) State the provisions for regulation of prices under the Consumer Protection Act. 10

6. (a) What factors are involved in setting prices ? Discuss. 10

   (b) Discuss various geographical pricing strategies. 10

7. What is channel conflict ? Identify the causes of channel conflicts and suggest remedies for them. 4+8+8

8. (a) Discuss various elements of sales promotion mix and their relevance in marketing of new products. 10

(b) What are the various mediums of Advertising ? Discuss. 10

9. Write short notes on any *two* of the following : 10 each

(a) Total cost approach to marketing logistics

(b) Merchant middlemen

(c) Marketing challenges in rural areas

(d) Qualities of a good salesperson

एम.सी.ओ.-006

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

(एम. कॉम.)

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2019

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घण्टे *अधिकतम अंक : 100*

नोट : *किन्हीं* **पाँच** *प्रश्नों के उत्तर लिखिए। प्रत्येक प्रश्न के सामने अंक दिए हैं।*

1. "व्यावसायिक प्रतिष्ठान पाँच प्रकार की विपणन संकल्पनाओं के अन्तर्गत विपणन कार्य करते हैं।" इस वक्तव्य के संदर्भ में इनको स्पष्ट कीजिए और ये संकल्पनाएँ किस प्रकार विकसित हुई हैं? लिखिए। $12\frac{1}{2}7\frac{1}{2}$

2. (अ) भारत में विपणन परिवेश की संक्षिप्त व्याख्या कीजिए। 10

   (ब) टिकाऊ वस्तुओं की खरीदारी पर परिवार की भूमिका की संक्षिप्त व्याख्या कीजिए। 10

3. उपभोक्ता बाजार के खण्डीकरण के किन्हीं चार प्रमुख आधारों का समालोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए। 20

4. उत्पाद जीवन चक्र क्या है? उत्पाद जीवन चक्र की प्रत्येक अवस्था के लिए विपणन युक्तियों का वर्णन कीजिए। 4+16

5. (अ) विपणन मैनेजर की हैसियत से आप पारिवारिक ब्रांण्डिग अथवा व्यक्तिगत ब्रांण्डिग में से किसे महत्व देंगे? कारण सहित अपने निर्णय को स्पष्ट कीजिए। 10

(ब) उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम के अन्तर्गत कीमतों के नियमनों की विभिन्न पद्धतियों का वर्णन कीजिए। 10

6. (अ) कीमत निर्धारण में कौन-से कारक होते हैं? व्याख्या कीजिए। 10

(ब) विभिन्न भौगोलिक कीमत निर्धारण युक्तियों का वर्णन कीजिए। 10

7. माध्यम संघर्ष क्या है? माध्यम संघर्ष के क्या कारण हैं और उनको सुलझाने की क्या युक्तियाँ हैं? 4+8+8

8. (अ) विक्रय संवर्धन मिश्रण की विभिन्न विधियों का वर्णन कीजिए और नये उत्पादों के विपणन में उनकी उपयुक्तता स्पष्ट कीजिए। 10

(ब) विज्ञापन के कौन-से विभिन्न माध्यम हैं? वर्णन कीजिए। 10

9. निम्नलिखित में से किन्हीं **दो** पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : प्रत्येक 10

(अ) विपणन लॉजिस्टिक्स की कुल लागत अवधारणा

(ब) व्यापारी मध्यस्थ

(स) ग्रामीण क्षेत्रों में विपणन की चुनौतियाँ

(द) अच्छे विक्रेता के गुण