

**MASTER OF COMMERCE**

**Term-End Examination**

**June, 2019**

**17792**

**MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*(Weightage : 70%)*

---

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

---

1. (a) Differentiate between 'selling' and 'marketing'.  
(b) Describe the four steps in the marketing management process. 8+12
2. Explain the steps involved in the conduct of marketing research. 20
3. What do you mean by consumer behaviour ? Discuss various social factors which can influence consumer behaviour. 5+15
4. You are a purchasing manager in a textile company. You want to buy a laptop for your personal use at home. Explain the process you will follow for buying this laptop. 20

5. What is product life cycle ? Discuss the marketing mix strategies adopted by marketers at different stages of the product life cycle. 5+15
6. (a) Explain the two pricing strategies normally adopted by marketers for pricing new products.
- (b) Which of the two strategies would you suggest for launching a new type of bread in the market ? Give justification for your suggestion. 10+10
7. "No single medium of advertising is ideal in all respects." Critically examine. 20
8. (a) Differentiate between 'total system approach' and 'total cost approach' to marketing logistics.
- (b) Identify the causes for channel conflicts and suggest remedies for them. 10+10
9. Write short notes on any *two* of the following : 10+10
- (a) Green Marketing
- (b) Relationship Marketing
- (c) Qualities of a Good Salesperson
- (d) Integrated Marketing Communication
-

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि  
सत्रांत परीक्षा  
जून, 2019

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 ।

- (क) 'विक्रय' और 'विपणन' में अंतर स्पष्ट कीजिए ।

(ख) विपणन प्रबंध प्रक्रिया में निहित चार चरणों का वर्णन कीजिए ।

8+12
- विपणन अनुसंधान प्रक्रिया में निहित विभिन्न क्रमों (steps) की व्याख्या कीजिए ।

20
- उपभोक्ता व्यवहार से आपका क्या तात्पर्य है ? उन विभिन्न सामाजिक कारकों की विवेचना कीजिए जो उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित कर सकते हैं ।

5+15
- आप एक वस्त्र कंपनी में क्रय प्रबंधक हैं । आप अपने घर में उपयोग के लिए एक लैपटॉप खरीदना चाहते हैं । उस प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए जो इस लैपटॉप को क्रय करने में आप अपनाएँगे ।

20

5. उत्पाद जीवन चक्र से आपका क्या तात्पर्य है ? उत्पाद जीवन चक्र की विभिन्न अवस्थाओं में विपणनकर्ताओं द्वारा अपनाई जाने वाली विभिन्न विपणन मिश्रण युक्तियों (strategies) की विवेचना कीजिए । 5+15
6. (क) नवीन उत्पादों के मूल्य-निर्धारण के लिए विपणनकर्ताओं द्वारा सामान्यतया अपनाई जाने वाली दो मूल्य-निर्धारण विधियों की व्याख्या कीजिए ।  
 (ख) बाज़ार में एक नए प्रकार की रोटी (bread) लाँच करते समय आप इन दो विधियों में से किसे अपनाए जाने का सुझाव देंगे ? अपने सुझाव के औचित्य को भी सिद्ध कीजिए । 10+10
7. “विज्ञापन का कोई भी माध्यम अपने-आप में पूर्ण (आदर्शजनक) नहीं है ।” इस कथन का आलोचनात्मक परीक्षण कीजिए । 20
8. (क) विपणन लॉजिस्टिक्स की ‘कुल प्रणाली अवधारणा’ तथा ‘कुल लागत अवधारणा’ में अंतर स्पष्ट कीजिए ।  
 (ख) माध्यम संघर्ष के कारणों की पहचान कीजिए तथा उन्हें समाप्त करने के उपायों का सुझाव दीजिए । 10+10
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10
- (क) हरा (green) विपणन  
 (ख) संबंध (relationship) विपणन  
 (ग) एक अच्छे विक्रयकर्ता के आवश्यक गुण  
 (घ) एकीकृत विपणन संप्रेषण