

No. of Printed Pages : 2

**MCO-06**

## **MASTER OF COMMERCE**

**Term-End Examination**

**June, 2011**

### **MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

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

1. You are the Head of Marketing Research Unit in ABC company, which is a consumer goods company. It is introducing a new tooth paste and you are asked to conduct marketing research for the same. Explain briefly various steps you will follow in the conduct of marketing research in this situation. 20
2. (a) "Selling and marketing mean the same in the context of marketing." Comment.  
(b) Explain the inter-relationship between market segmentation, targeting and positioning. 10+10
3. Explain the relationship between market segmentation and mass customization. Critically evaluate any three important bases of segmenting the consumer markets. 5+15

4. Differentiate between product and service. Explain the challenges involved in marketing of services. 5+15
5. (a) Explain the promotional packaging techniques normally practised by marketers.  
(b) Identify the geographic pricing methods under which price varies according to the geographic location of the customer. Explain them briefly. 10+10
6. What are the factors you have to keep in mind while determining the price of a product ? 20
7. "No single medium of advertising is ideal in all respects." Discuss with examples. 20
8. (a) Differentiate between Marketing Mix and Promotion Mix. State the product specific factors that affect the Promotion Mix.  
(b) Explain the recent trends in retailing in India. 10+10
9. You are the marketing manager of XYZ company which is producing and marketing two wheeler vehicles (motor cycles). Now the company is planning to diversify into consumer goods, to start with Bread. Company asked your views whether the existing channels of distribution for motor cycles can be used for the distribution of bread or not. Give your views with necessary explanation. 20

No. of Printed Pages : 7

**MCO-06**

## MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

December, 2011

### MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

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

1. Explain the growth of consumerism in Indian context with suitable examples. Summarise various regulations affecting marketing in India. 10, 10
2. Compare and contrast market research with marketing research. Discuss significance of Maslow's hierarchy of needs for understanding consumer behaviour. 10,10
3. Discuss the characteristics of an organisational market and explain the various bases on which an organisational market may be segmented. 12, 8
4. How do services differ from products ? Explain the various classification schemes for services giving suitable examples. 10,10

5. Explain briefly the following concepts of pricing with examples. 5, 5, 5, 5
- (a) Perceived Value pricing
  - (b) Differential pricing
  - (c) Sealed-bid pricing
  - (d) Price - demand relationship
6. (a) Describe the provisions of the Essential Commodities Act in so far as they relate to regulation of price. 10, 10
- (b) Explain various steps involved in the channel design decision with suitable examples.
7. (a) What roles do the intermediaries play in the distribution of products ? 10, 10
- (b) "Consumer service and cost reduction are two bench marks of an effective system of marketing logistics". Comment.
8. (a) Explain the concept of integrated marketing communication and describe the reasons of its growing importance. 10, 10
- (b) Is personal selling equally relevant in all situations ? Discuss with appropriate examples.

9. (a) What products are considered suitable for mass advertising, direct advertising and interactive advertising ? Explain with examples. 10, 10
- (b) Compare and contrast green marketing with social marketing.
- 



---

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

एम.सी.ओ.-06

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2011

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

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

1. भारतीय संदर्भ में उचित उदाहरणों के साथ, उपभोक्तावाद के विकास की व्याख्या कीजिए। भारत में विपणन को प्रभावित करने वाले विभिन्न विनियमों का संक्षिप्त विवरण भी दीजिए। 10, 10
2. 'बाजार अनुसंधान' तथा 'विपणन अनुसंधान' की तुलना कीजिए। उपभोक्ता व्यवहार को समझने में मैसलो के आवश्यकताओं के पदानुक्रम (hierarchy of needs) के महत्त्व का विवेचन कीजिए। 10, 10
3. संगठनात्मक बाजार की विशेषताओं का विवेचन कीजिए, तथा उन आधारों की व्याख्या कीजिए जिन के अनुसार इन का खंडीकरण किया जाता है। 12, 8
4. सेवाएँ उत्पादों से किस प्रकार भिन्न हैं? उचित उदाहरणों के साथ सेवाओं के विभिन्न वर्गीकरणों की व्याख्या कीजिए। 10, 10

5. मूल्य निर्धारण की निम्नलिखित संकल्पनाओं की उदाहरण सहित संक्षेप में व्याख्या कीजिए : 5, 5, 5, 5
- (a) अनुभूत उपयोगिता (Perceived Value) मूल्य निर्धारण
  - (b) विभेदक (Differential) मूल्य निर्धारण
  - (c) सील की गयी बोली (Sealed-bid) मूल्य निर्धारण
  - (d) मूल्य-माँग संबंध
6. (a) आवश्यक वस्तु अधिनियम के उन प्रावधानों का वर्णन कीजिए जो कीमतों के विनियमन से संबंधित हैं। 10, 10
- (b) वितरण माध्यम डिजाइन निर्णयन में निहित विभिन्न कदमों की व्याख्या कीजिए।
7. (a) वस्तुओं के वितरण में मध्यस्थों की क्या भूमिका होती है? 10, 10
- (b) “उपभोक्ता सेवा तथा लागत घटाना विपणन लॉजिस्टिक्स की एक प्रभावी प्रणाली के दो निर्देश चिह्न (bench marks) हैं।” समालोचना कीजिए।
8. (a) समाकलित (integrated) विपणन संप्रेषण की संकल्पना की व्याख्या कीजिए तथा इस के बढ़ते हुए महत्त्व के कारणों का वर्णन कीजिए। 10, 10

(b) क्या व्यक्तिगत विक्रय सभी स्थितियों में समान रूप से प्रासंगिक है? उचित उदाहरणों सहित विवेचन कीजिए।

9. (a) सार्वजनिक विज्ञापन (mass advertising), प्रत्यक्ष विज्ञापन तथा अन्योन्य विज्ञापन (interactive advertising) के लिए किन उत्पादों को उपयुक्त माना जाता है? उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए। 10, 10
- (b) हरित विपणन तथा सामाजिक विपणन की तुलना कीजिए।



ignou

ASSIGNMENT GURU

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)



02881

## MASTER OF COMMERCE

### Term-End Examination

June, 2012

### MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

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

1. Describe the various micro and macro environmental factors that influence the marketing decisions of a company and state the benefits of environmental scanning. 12, 8
2. (a) Discuss sales promotion as method of communication and the reasons for its rapid growth in India. 12, 8  
(b) What is publicity ? How is it different from advertising ? Explain with examples.
3. (a) What is channel conflict ? Explain its various causes and the mechanisms for effective conflict management. 12, 8  
(b) Compare and contrast departmental stores with chain stores.

4. (a) Discuss the total systems approach to marketing logistics. How is it different from the total cost approach ? 10, 10
- (b) Explain the various product-price adjustment strategies.
5. Compare and contrast skimming pricing with penetration pricing. Also explain the rules relating to display of retail prices. 12, 8
6. (a) Briefly explain the concept of expanded services marketing mix and the services marketing triangle. 10, 10
- (b) Discuss the life cycle stretching adopted in the case of a product when its sales started declining.
- 
7. (a) Explain the difference between branding strategies adopted for industrial products, consumer products and agricultural products. 10, 10
- (b) Discuss buying decision process as a continuous process and the stages involved there in.

8. (a) Explain the concept of micro marketing and clarify whether this concept is being adopted by some Indian companies. 10, 10
- (b) Repositioning needs a continuous monitoring of the brand's performance in the market." Explain with suitable examples.
9. (a) Explain the evolution process of marketing management philosophy. 8, 12
- (b) What do you mean by marketing research ? Describe the state of marketing research in India.

ASSIGNMENT GURU

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

एम.सी.ओ.-06

## वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2012

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

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

1. कंपनी के विपणन निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न व्यष्टि एवं समष्टि (micro and macro) परिवेशीय कारकों का वर्णन कीजिए, तथा परिवेश के सूक्ष्मदर्शन के लाभों का उल्लेख कीजिए। 12, 8
2. (a) विक्रय संवर्धन को संप्रेषण की एक विधि के रूप में विवेचन कीजिए, तथा भारत में इसके तीव्र विकास के कारणों का उल्लेख कीजिए। 12, 8  
(b) प्रचार (publicity) से क्या तात्पर्य है? यह विज्ञापन से किस प्रकार भिन्न है? उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।
3. (a) माध्यम वैषम्य (channel conflict) से क्या तात्पर्य है? इसके विभिन्न कारणों तथा प्रभावी वैषम्य प्रबंध तंत्र की व्याख्या कीजिए 12, 8  
(b) विभागीय भंडार तथा शृंखला भंडार की तुलना कीजिए, तथा उनमें अंतर बताइए।

4. (a) विपणन लॉजिस्टिक्स की कुल प्रणाली अवधारणा (total systems approach) का विवेचन कीजिए। यह कुल लागत अवधारणा से किस प्रकार भिन्न है? 10, 10
- (b) विभिन्न उत्पाद-मूल्य समायोजन युक्तियों की व्याख्या कीजिए।
5. बाजार मंथन मूल्य निर्धारण (skimming pricing) तथा पैठ मूल्य निर्धारण (penetration pricing) की तुलना कीजिए तथा उनमें अंतर बताइए। फुटकर मूल्यों के प्रदर्शन संबंधी नियमों का भी व्याख्या कीजिए। 12, 8
6. (a) 'विस्तारित सेवा विपणन मिश्र' तथा 'सेवा विपणन त्रिकोण' संकल्पनाओं का संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
- (b) किसी उत्पाद के विक्रय में कमी शुरू होने की स्थिति में जीवन चक्र विस्तार (life cycle stretching) अपनाने की संकल्पना का विवेचन कीजिए। 10, 10
7. (a) औद्योगिक उत्पादों, उपभोक्ता उत्पादों तथा कृषि उत्पादों के लिए अपनाई जाने वाली ब्रांड निर्धारण युक्तियों में अंतर की व्याख्या कीजिए। 10, 10
- (b) क्रय निर्णयन प्रक्रिया का एक अनवरत प्रक्रिया के रूप में तथा उसमें निहित चरणों का विवेचन कीजिए।

8. (a) व्यष्टि विपणन (micro marketing) की संकल्पना की व्याख्या कीजिए तथा यह स्पष्ट कीजिए कि, क्या कुछ भारतीय कंपनियों ने इस संकल्पना को अपनाया है? 10, 10

(b) “पुनः स्थितीयन (Repositioning) के अन्तर्गत ब्रांड के निष्पादन के निरन्तर अनुश्रवण की आवश्यकता होती है।” उचित उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।

9. (a) विपणन प्रबंध दर्शन की विकास प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। 8, 12

(b) विपणन अनुसंधान से क्या तात्पर्य है? भारत में विपणन अनुसंधान की स्थिति का विवेचन कीजिए।

ASSIGNMENT GURU

[www.ignouassignmentguru.com](http://www.ignouassignmentguru.com)

No. of Printed Pages : 4

**MCO-06**

## MASTER OF COMMERCE

**Term-End Examination**

**December, 2012**

04000

### **MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*Weightage 70%*

---

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

---

1. (a) "Marketing involves satisfaction of consumer needs." Comment.  
(b) Outline the steps in marketing management process. **10+10**
2. Briefly explain various stages involved in the consumer buying decision process. **20**
3. "Marketing mix strategies should be different at different stages of a product life cycle (PLC)." Justify the statement. **20**
4. Discuss various objectives of pricing. **20**
5. (a) Briefly explain the promotional packaging techniques used by marketers.  
(b) State the alternative strategies for pricing a new product and examine the conditions under which they are suitable. **10+10**

6. What do you mean by Promotion Mix ? Explain the various factors that affect promotion mix. **4+16**
7. (a) Differentiate between advertising and publicity. State various tools of generating publicity. **5+5**
- (b) Differentiate between green marketing and social marketing. State various problems associated with green marketing. **5+5**
8. Discuss various tasks performed by an efficient physical distribution system. **20**
9. (a) What is marketing environment ? Comment on the marketing environment in India. **4+6**
- (b) "Repositioning needs a continuous monitoring of the brand's performance in the market." Comment. **10**
- [www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)
-



एम.सी.ओ.-06

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2012

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

अधिकतम भारिता : 70%

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

1. (a) “विपणन में उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं की संतुष्टि निहित है।” समालोचना कीजिए।  
(b) विपणन प्रबंध प्रक्रिया के विभिन्न चरणों का उल्लेख कीजिए। 10+10
2. उपभोक्ता क्रय निर्णयन प्रक्रिया में निहित विभिन्न चरणों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 20
3. “एक उत्पाद जीवन चक्र (PLC) के विभिन्न चरणों के लिए विपणन मिश्र युक्तियाँ भी अलग-अलग होनी चाहिए।” इस कथन को न्यायसंगत सिद्ध कीजिए। 20
4. मूल्यनिर्धारण के विभिन्न उद्देश्यों का विवेचन कीजिए। 20

5. (a) विपणनकर्ताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली संवर्धनात्मक पैकेजिंग प्रविधियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 10+10
- (b) एक नवीन उत्पाद के मूल्यनिर्धारण की वैकल्पिक रणनीतियों का उल्लेख कीजिए तथा उन स्थितियों का विवेचन कीजिए जिनमें उन्हें उपयुक्त माना जाता है।
6. संवर्धन मिश्रण (promotion mix) से आपका क्या तात्पर्य है ? संवर्धन मिश्रण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए। 4+16
7. (a) विज्ञापन तथा प्रचार में अंतर बताइए। प्रचार करने के विभिन्न साधनों का उल्लेख कीजिए। 5+5
- (b) हरित विपणन तथा सामाजिक विपणन में अंतर बताइए। 5+5  
हरित विपणन से संबंधित विभिन्न समस्याओं का भी उल्लेख कीजिए।
8. एक कुशल भौतिक वितरण प्रणाली द्वारा प्रतिपादित विभिन्न कार्यों का विवेचन कीजिए। 20
9. (a) विपणन परिवेश से क्या तात्पर्य है ? भारतीय विपणन परिवेश की समालोचना कीजिए। 4+6
- (b) “पुनःस्थितीयन (repositioning) के अंतर्गत बाजार में ब्रांड के निष्पादन के निरंतर अनुश्रवण की आवश्यकता होती है।” समालोचना कीजिए। 10

No. of Printed Pages : 4

MCO-06

01824

## MASTER OF COMMERCE

### Term-End Examination

June, 2013

### MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage 70%

---

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

---

1. What is marketing information system ? Explain the major components of marketing information system. 5+15
2. (a) State the requirements of an effective market segmentation.  
(b) "Marketers use a number of alternative bases for positioning their products". Explain these bases briefly. 10+10
3. Differentiate between product mix and product line. Discuss various product mix and product line strategies adopted by marketers. 5+15
4. Explain basic methods of price determination. 20

5. (a) Explain briefly the various product-mix pricing strategies adopted by marketers.  
(b) "Marketing communication plays an important role in company's overall marketing process". Comment. **12+8**
6. (a) Identify various challenges faced by marketers in rural marketing.  
(b) Briefly explain different budgeting methods under top-down approach. **10+10**
7. Explain various steps involved in the personal selling process. **20**
8. Channels of distribution are different for different products. Explain with reasons. **20**
- 
9. (a) State various types of buying behaviour situations. **10**  
(b) Define marketing and explain its implications for an emerging economy like India. **3+7**
-

एम.सी.ओ.-06

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2013

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. विपणन सूचना प्रणाली से क्या तात्पर्य है? विपणन सूचना प्रणाली के प्रमुख घटकों (components) की व्याख्या कीजिए।  
5+15
2. (a) एक प्रभावी बाजार खंडीकरण के आवश्यक तत्वों का उल्लेख कीजिए।  
(b) “विपणनकर्ता अपने उत्पादों के स्थितीयन (positioning) के लिए अनेक वैकल्पिक आधारों का उपयोग करते हैं।” उन आधारों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।  
10+10
3. उत्पाद मिश्रण (product mix) तथा उत्पाद शृंखला (product line) में अंतर बताइए। विपणनकर्ताओं द्वारा अपनाई जाने वाली विभिन्न उत्पाद मिश्रण तथा उत्पाद शृंखला युक्तियों का विवेचन कीजिए।  
5+15

4. मूल्य निर्धारण की आधारभूत विधियों की व्याख्या कीजिए। 20
5. (a) विपणनकर्ताओं द्वारा अपनाई जाने वाली विभिन्न उत्पाद मिश्र मूल्य निर्धारण युक्तियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।  
(b) “विपणन संप्रेषण कंपनी की समग्र विपणन प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण भूमिका है।” समालोचना कीजिए। 12+8
6. (a) उन विभिन्न चुनौतियों का उल्लेख कीजिए जिनका सामना एक विपणनकर्ता को ग्रामीय विपणन में करना पड़ता है।  
(b) अधोगामी (top down) दृष्टिकोण के अंतर्गत उपयोग की जाने वाली विभिन्न बजटिंग विधियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 10+10
7. व्यक्तिगत विक्रय प्रक्रिया के विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए। 20
8. “अलग-अलग उत्पादों के लिए अलग-अलग वितरण माध्यमों का उपयोग किया जाता है।” तर्कसहित व्याख्या कीजिए। 20
9. (a) क्रय व्यवहार (buying behaviour) स्थितियों के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख कीजिए। 10  
(b) विपणन की परिभाषा कीजिए तथा भारत जैसी एक उभरती अर्थव्यवस्था के लिए इसके निहितार्थों की व्याख्या कीजिए। 3+7

No. of Printed Pages : 5

MCO-06

## MASTER OF COMMERCE

### Term-End Examination

December, 2013

01336

### MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage 70%

---

**Note :** Attempt *any five* questions. Each question carries equal marks.

---

1. Compare and contrast selling with marketing. 8, 12  
Explain the process of Marketing Management in brief.
2. Discuss, with appropriate examples, nature and 12,8  
extent of Reference group influence on product  
and brand choice. Identify various types of  
organisational markets.
3. (a) Explain the changing patterns of packaging 10  
in the context of emerging retailing senario  
in India.  
(b) What are the bases of Market Segmentation 10  
for following products and why ?  
(i) Automobiles  
(ii) Soap

4. A company manufacturing a product "X" has the following costs : 10,10  
Variable cost = Rs.10 per unit; total Fixed costs = Rs 3,00,000. The company expects to sell 50,000 units and wants to earn 25% profit on average cost of production.
- (a) What will be the break-even point in terms of volume of production ?
- (b) In case its demand is 42,000 units, calculate the total sequence, total cost and the profit.
5. Explain briefly the following : 5,5,5,5
- (a) Intensity of Distribution
- (b) Objectives of Marketing Logistics
- (c) Methods of Promotional Budget
- (d) Copy Writing
6. (a) Explain the company's micro and macro environmental variables. 10
- (b) Explain briefly various regulations which affect marketing practices in India. 10
7. Explain psychoanalytical theory of personality and its relevance to consumer behaviour. Discuss consumer behaviour as applied science. 14,6
8. Summarise various implications of PLC on marketing strategies. What are the risks associated with test marketing ? 12,8
9. (a) What do you mean by non-store retailing ? 10  
What are its future prospects in India ?
- (b) What are different methods of Transportation and their advantages and Disadvantages. 10
-



एम.सी.ओ.-06

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2013

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

---

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

---

1. विक्रय की विपणन से तुलना एवं व्यतिरेक कीजिए। विपणन 8, 12 प्रबंधन की प्रक्रिया की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
2. उत्पाद तथा ब्रांड के विकल्प पर संदर्भ समूह (Reference 12,8 group) के प्रभाव की प्रकृति एवं सीमा का उचित उदाहरणों सहित विवेचन कीजिए। संगठनात्मक बाजारों के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख कीजिए।
3. (a) भारत में फुटकार व्यापार के उभरते दृश्यलेख में पैकेजिंग 10 के बदलते प्रतिरूप की व्याख्या कीजिए।  
(b) निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजार खण्डीकरण के 10 क्या आधार हैं ?
  - (i) मोटर गाड़ियां
  - (ii) साबुन

4. एक कंपनी उत्पाद 'X' का उत्पादन कर रही है जिस की लागतें निम्नलिखित हैं : 10,10

परिवर्तनीय लागत 10 रु.प्रति इंचाई स्थिर लागतें (कुल) 3,00,000 रु. कंपनी 50,000 इकाइयों के विक्रय की आशा करती है तथा वह औसत उत्पादन लागत पर 25% लाभ कमाना चाहती है।

- उत्पादन की मात्रा के रूप में उस का सम विच्छेद बिन्दु (BEP) क्या होगा ?
- यदि इसकी मांग 42,000 इकाइयां है तो इस की कुल आगम (revenue), कुल लागत तथा लाभ की गणना कीजिए।

5. निम्नलिखित की संक्षेप में व्याख्या कीजिए : 5,5,5,5

- वितरण की तीव्रता
- विपणन लॉजिस्टिक्स के उद्देश्य
- संवर्धन बजट की विधियां
- लिपिलेखन (copy writing)

6. (a) कंपनी के व्यष्टि परिवेश तथा समष्टि परिवेश चरों (variables) की व्याख्या कीजिए। 10

- (b) भारत में विपणन प्रथाओं को प्रभावित करने वाले विभिन्न विनियमों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। 10

7. व्यक्तित्व के मनोविश्लेषणात्मक सिद्धांत (psychoanalytical theory of personality) तथा उपभोक्ता व्यवहार से इस की तत्संगता की व्याख्या कीजिए। उपभोक्ता व्यवहार की अनुप्रयुक्त विज्ञान (applied science) के रूप में विवेचन कीजिए। 14,6

8. विपणन कार्यनीतियों पर उत्पाद जीवन चक्र (PLC) के विभिन्न 12,8 निहितार्थों का संक्षिप्त विवरण दीजिए। परीक्षा विपणन (test marketing) में क्या जोखिम निहित हैं?
9. (a) गैर-स्टोर फुटकर (non-store) व्यापार से आप का क्या तात्पर्य है? भारत में इस की भावी प्रत्याशाएं क्या हैं ? 10,10  
(b) यातायात की विभिन्न पद्धतियां तथा उन के लाभ-हानियां क्या हैं? उल्लेख कीजिए।
- 



---

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

No. of Printed Pages : 4

**MCO-06**

## **MASTER OF COMMERCE**

### **Term-End Examination**

**June, 2014**

### **MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*Weightage 70%*

---

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

---

1. Discuss with appropriate examples, the various sales promotion schemes directed at consumers. Explain the Advertising Management Process. **12, 8**
2. Discuss the factors influencing the choice of channel of distribution. Give suitable examples. **20**
3. Distinguish between total system approach and total cost approach to marketing logistics. What will be the marketing logistics for a Delhi based soft drink manufacturer producing several national brands ? **10, 10**
4. Spell out the conditions under which "Market-Skimming Pricing" and "Market Penetration Pricing" can be applied ? Discuss briefly the legal provisions for regulation of re-sale price maintenance in India. **10, 10**

5. Distinguish between :
- (a) FOB - origin pricing and FOB - contract pricing 5
  - (b) Zone pricing and Basing point pricing 5
  - (c) Product line pricing and limit pricing 5
  - (d) Optional product pricing and Captive product pricing 5
6. Taking any organisation you are familiar with as an example, explain its product item, product line, product mix. What are challenges in marketing of services ? 12,8
7. Discuss various stages of new product development process giving suitable examples. What are the reasons responsible for failure of new products ? 12,8
8. (a) What is positioning ? Discuss the various types of positioning strategies. 12
- (b) Explain the concept of Repositioning. 8
9. Explain the various types of Marketing Intermediaries used. Discuss their role and functions giving suitable examples. 8, 12

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

एम.सी.ओ.-06

## वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

### सत्रांत परीक्षा

जून, 2014

### एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. उपभोक्ताओं पर निदेशित विभिन्न विक्रय संवर्धन योजनाओं का उपयुक्त उदाहरणों सहित, विवेचन कीजिए। विज्ञापन प्रबंधन प्रक्रिया की भी व्याख्या कीजिए। 12,8
2. वितरण माध्य के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों का विवेचन कीजिए। 20
3. 'विपणन लॉजिस्टिक्स की कुल प्रणाली अवधारणा' तथा 'कुल लागत अवधारणा' में अंतर बताइए। अनेक राष्ट्रीय ब्रांडों का उत्पादन करने वाले दिल्ली के साफ्ट पेय के एक विनिर्माता की विपणन लॉजिस्टिक्स प्रणाली क्या होगी ? 10,10
4. उन स्थितियों का उल्लेख कीजिए जिनमें 'बाजार-मंथन मूल्य निर्धारण' तथा 'बाजार-पैठ मूल्य निर्धारण' विधियों को अपनाया जा सकता है। भारत में पुनर्विक्रय मूल्य अनुरक्षण के विनियमन के विधिक प्रावधानों का उल्लेख कीजिए। 10,10

5. निम्नलिखित में अंतर बताइए :
  - (a) निशुल्क (FOB) ओरिजन मूल्य निर्धारण तथा निशुल्क (FOB) अनुबंध मूल्य निर्धारण 5
  - (b) क्षेत्रीय (Zone) मूल्य निर्धारण तथा आधार बिंदु (Basing point) मूल्य निर्धारण 5
  - (c) उत्पाद लाइन मूल्य निर्धारण तथा इकाई मूल्य निर्धारण 5
  - (d) वैकल्पिक (Optional) मूल्य निर्धारण तथा आबद्ध (Captive) मूल्य निर्धारण 5
  
6. ऐसी कोई संस्था, जिससे आप भलिभांति सुपरिचित हैं, तो एक उदाहरण के रूप में लेते हुए उसके उत्पाद मद, उत्पाद लाइन तथा उत्पाद मिश्रण की व्याख्या कीजिए। सेवाओं के विपणन में क्या चुनौतियाँ हैं? उल्लेख कीजिए। 12,8
  
7. उपयुक्त उदाहरण देते हुए, नये उत्पाद विकास प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाओं (stages) का विवेचन कीजिए। नए उत्पादों के असफल होने के क्या कारण होते हैं? व्याख्या कीजिए। 12,8
  
8. (a) स्थितिकरण (positioning) से क्या तात्पर्य है? विभिन्न प्रकार की स्थितिकरण कार्यनीतियों की व्याख्या कीजिए। 12  
 (b) पुनर्स्थितिकरण (Repositioning) की संकल्पना की व्याख्या कीजिए। 8
  
9. विभिन्न प्रकार के विपणन मध्यवर्तियों (Marketing Intermediaries) की व्याख्या कीजिए। उचित उदाहरण देते हुए उनकी भूमिका तथा कार्यों का विवेचन कीजिए। 8, 12

No. of Printed Pages : 4

MCO-06

## MASTER OF COMMERCE

Term-End Examination

December, 2014

### MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage 70%

---

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

---

1. Differentiate between marketing and selling. Explain the concept of social marketing for a consumer durable company in India. 10,10
2. Summarise impact of government regulations affecting marketing practices in rural India. Discuss marketing research as "science of estimates". 12,8
3. (a) What is the relevance of Freud's Psychoanalytical theory of personality to consumer behaviour ? 10,10  
(b) Compare and contrast the concept of micromarketing with that of mass customisation.



4. (a) What are the challenges in marketing of services ? **10,10**  
(b) Describe various strategies adopted by a company dealing in fast moving consumer goods.
5. Explain the various product-price adjustment strategies. How does resale price maintenance practice work in India ? **10,10**
6. (a) How do you manage channel conflicts ? **10,10**  
(b) Differentiate between departmental store and multiple shop.
7. What is distribution mix ? What interconnectedness it has with promotion mix ? **8,12**
8. Compare and contrast brand extension with brand loyalty. Under what conditions is personal selling relevant ? **10,10**
9. "Rural markets in India offer huge opportunities and challenges to marketers". Discuss. **20**
-

एम.सी.ओ.-06

## वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

### सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2014

### एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. विपणन और विक्रय में अन्तर बताइये। भारत में एक उपभोक्ता टिकाऊ वस्तुओं की कम्पनी के लिये सामाजिक विपणन की अवधारणा की व्याख्या कीजिये। 10,10
2. ग्रामीण भारत में विपणन चलन को प्रभावित करने वाली सरकार के नियमों का सार प्रस्तुत कीजिये। “अनुमान के विज्ञान” के रूप में विपणन अनुसंधान पर चर्चा कीजिए। 12,8
3. (a) उपभोक्ता (क्रेता) व्यवहार में फ्रायड के “व्यक्तित्व का मनोविश्लेषणात्मक सिद्धान्त” की क्या प्रासंगिकता है? 10,10  
(b) व्यष्टि विपणन की सामूहिक व्यक्तिपरक उत्पादन के साथ तुलना कीजिए और बताइये कि ये परस्पर किस प्रकार विपरीत हैं।

4. (a) सेवाओं के विपणन में क्या चुनौतियाँ हैं? 10,10  
(b) एक कम्पनी जो फास्ट मूविंग कन्जूर गुड्स (गैर टिकाऊ वस्तुओं) से संबंधित है, उसके द्वारा अपनाई गई विपणन युक्तियों का वर्णन कीजिए।
5. विभिन्न उत्पाद - कीमत समायोजन की युक्तियों की व्याख्या कीजिये। पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण चलन (प्रेक्टिसेस) भारत में किस प्रकार कार्य करती हैं। 10,10
6. (a) वितरण माध्यम संघर्ष का प्रबंधन आप कैसे करेंगे? 10,10  
(b) विभागीय भंडार और बहुसंख्यक दुकानों में अन्तर बताइये।
7. वितरण मिश्रण क्या है? इसका संवर्धन मिश्रण से क्या संबंध है? 8,12
8. ब्रांड विस्तार और ब्रांड निष्ठा की तुलना कीजिये और अन्तर बताइये। किन परिस्थितियों में व्यक्तिगत विक्रय का औचित्य है? 10,10
9. “भारत के ग्रामीण बाजार, विपणन कर्ताओं के लिये बहुत अधिक अवसर व चुनौतियाँ प्रदान करते हैं”। चर्चा कीजिए। 20
-

No. of Printed Pages : 4

**MCO-06**

## **MASTER OF COMMERCE**

### **Term-End Examination**

**June, 2015**

### **MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*Weightage 70%*

---

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

---

1. Compare and contrast marketing research with marketing information system. How does marketing intelligence help in market segmentation ? **12+8**
2. How do environmental factors affect marketing policies and strategies ? What will be the impact on automobile industry if a new cheaper source of energy is invented ? **10+10**
3. Define market targeting and explain the procedure on how to target different markets ? **8+12**
4. Describe intervening factors between purchase intentions and purchase. What is the role of marketers during first stage of consumer behaviour ? **12+8**

5. What is the difference in the branding strategy for industrial products, consumer products and agricultural products ? Discuss them in the context of developing a brand communication strategy. **10+10**
6. What are the profit oriented objectives of pricing ? Differentiate between market skimming and penetration pricing strategies. **10+10**
7. What do you understand by selective and intensive distribution ? How do channels of distribution add value to consumer goods ? **10+10**
8. What factors should be considered in designing communication message ? Distinguish between pull and push strategies in the context of promotion. **10+10**
9. (a) What do you mean by relationship marketing ? **10+10**  
(b) Explain the role of internet in consumer goods marketing.

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

एम.सी.ओ.-06

## वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

### सत्रांत परीक्षा

जून, 2015

### एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. विपणन अनुसंधान और विपणन सूचना प्रणाली की तुलना कीजिये और अन्तर बताइये। बाज़ार खण्डीकरण में बाज़ार आसूचना किस प्रकार सहायता करती है? 12+8
2. परिवेश कारक किस प्रकार विपणन नीतियों और युक्तियों को प्रभावित करते हैं? यदि ऊर्जा के एक नये सस्ते स्रोत का आविष्कार हो तो इसका वाहन उद्योग पर क्या असर होगा? 10+10
3. बाज़ार लक्ष्य निर्धारण की परिभाषा दीजिए और विभिन्न बाज़ारों को लक्ष्य बनाये जाने की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। 8+12
4. क्रय इरादे और क्रय के बीच हस्तक्षेप करने वाले कारकों की चर्चा कीजिए। क्रेता व्यवहार के प्रथम चरण में विपणनकर्ताओं की क्या भूमिका होती है? 12+8

5. उपभोक्ता उत्पाद, औद्योगिक उत्पाद और कृषि उत्पादों की ब्रांडिंग युक्ति में क्या अन्तर है? ब्रांड संचार युक्ति को विकसित करने के संदर्भ में इनकी चर्चा कीजिए। **10+10**
6. कीमत-निर्धारण के लाभ-उन्मुख उद्देश्य क्या हैं? बाज़ार मंथन कीमत निर्धारण और बाज़ार-पैठ कीमत निर्धारण युक्ति में अन्तर बताइये। **10+10**
7. चयनात्मक वितरण और गहन वितरण से आप क्या समझते हैं? वितरण माध्यम, उपभोक्ता वस्तुओं में मूल्य संवर्धन किस प्रकार करते हैं? **10+10**
8. संप्रेषण संदेश को डिज़ाइन करने में किन कारकों पर विचार किया जाना चाहिये? संवर्धन के संदर्भ में पुल और पुश युक्तियों में अन्तर बताइये। **10+10**
9. (a) संबंध विपणन से आप क्या समझते हैं? **10+10**  
(b) उपभोक्ता वस्तुओं के विपणन में इंटरनेट विपणन की क्या भूमिका है?

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

No. of Printed Pages : 4

**MCO-06**

## **MASTER OF COMMERCE**

### **Term-End Examination**

**December, 2015**

### **MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*Weightage : 70%*

---

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

---

1. (a) Explain the philosophies (concepts) of marketing management. **10, 10**  
(b) "The applications of marketing are wide and inter - disciplinary". Discuss with examples.
2. Define Product Mix. Indicate reasons why companies usually consider it necessary to change their product - mix from time - to - time. **5, 15**
3. What is "Test Marketing" ? Discuss the activities involved in developing a test marketing plan for a branded consumer product. **5, 15**
4. (a) What are characteristics of Services ? What are the unique challenges involved in Marketing of Services ? **10, 10**  
(b) Explain in brief Marketing Mix for Services.



5. (a) What is positioning ? Discuss the various types of positioning strategies. **14, 6**  
(b) Explain the concept of repositioning.
6. (a) What is 'advertising' ? Trace the historical perspectives of advertising. **10, 10**  
(b) "The success of advertising campaign depends on the proper selection of the media." Discuss.
7. (a) What are the criteria's used for evaluating channel alternatives ? **5x4=20**  
(b) What are the functions of a wholesaler ?  
(c) Prepare a marketing plan for any popular Brand.  
(d) What are the benefits of online marketing for marketer ?
8. Describe how to establish the initial "approximate price level" using demand oriented, cost - oriented, profit - oriented and competition oriented approaches. **20**
- 
9. Write short notes on **any two** of the following : **10, 10**  
(a) Market segmentation  
(b) Consumer behaviour  
(c) Pricing objectives  
(d) Retail management
-

एम.सी.ओ.-06

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2015

एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. (a) विपणन प्रबंध दर्शन (संकल्पनाओं) की व्याख्या कीजिए।  
(b) “विपणन के अनुप्रयोग (applications) विस्तृत तथा अंतःशास्त्रीय (inter - disciplinary) हैं।” उदाहरण सहित विवेचन कीजिए। 10, 10
2. उत्पाद मिश्रण की परिभाषा लिखिए। उन कारणों का उल्लेख कीजिए जिनकी वजह से कंपनियां सामान्यतया अपने उत्पाद मिश्रण में समय-समय पर परिवर्तन करना आवश्यक समझती हैं। 5, 15
3. “परीक्षा विपणन” (Test Marketing) से क्या तात्पर्य है? एक ब्रांडशुदा उपभोक्ता उत्पाद के लिए परीक्षा विपणन योजना विकसित करने में निहित क्रियाओं की व्याख्या कीजिए। 5, 15

4. (a) सेवाओं की क्या विशेषताएँ हैं? सेवाओं के विपणन में क्या अपूर्व चुनौतियाँ निहित हैं? 10, 10  
(b) सेवाओं के विपणन मिश्र की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
5. (a) स्थितीयन (Positioning) से क्या तात्पर्य है? स्थितीयन युक्तियों के विभिन्न प्ररूपों का विवेचन कीजिए। 14, 6  
(b) पुनःस्थितीयन की संकल्पना की व्याख्या कीजिए।
6. (a) विज्ञापन से क्या तात्पर्य है? विज्ञापन के ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य का अनुरेखन कीजिए। 10, 10  
(b) “विज्ञापन अभियान की सफलता इसके माध्यम के सही चयन पर निर्भर करती है।” विवेचन कीजिए।
7. (a) वितरण माध्यम के चयन को प्रभावित करने वाले घटक क्या हैं? 5x4=20  
(b) एक थोक विक्रेता क्या कार्य करता है?  
(c) एक प्रसिद्ध ब्रांड के लिए विपणन योजना तैयार कीजिए।  
(d) विपणनकर्ताओं के लिए ऑन-लाइन विपणन से क्या लाभ हैं?
8. मांग-आधारित, लागत-आधारित, लाभ-आधारित एवं 20  
प्रतियोगिता-आधारित विधियों के उपयोग द्वारा आप प्रारम्भिक सन्निकट कीमत स्तर कैसे निर्धारित करेंगे? विवेचन कीजिए।
9. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10, 10  
(a) बाजार खंडीकरण  
(b) उपभोक्ता व्यवहार  
(c) कीमत निर्धारण के उद्देश्य  
(d) खुदरा फुटकर व्यापार प्रबंध

No. of Printed Pages : 5

**MCO-06**

## **MASTER OF COMMERCE**

### **Term-End Examination**

**June, 2016**

**01334**

### **MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*Weightage : 70%*

---

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

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

---

1. Identify the steps involved in segmenting and targeting markets. Explain the different factors used to segment Industrial markets. 10, 10
2. (a) What factors are used in setting prices ? 10, 10  
(b) Discuss the various pricing strategies used by marketers.
3. Define a distribution channel and indicate its importance in marketing. Discuss the factors governing the choice of a distribution channel for an industrial chemical company. 10, 10
4. Explain the following briefly : 5, 5, 5, 5
  - (a) Marketing Mix
  - (b) Overfull demand
  - (c) Total customer value
  - (d) Societal concept of marketing

5. (a) Discuss the concept of product life cycle. 10  
(b) Explain the strategies used in different stages of PLC. 10
6. Distinguish between total system approach and total cost approach to marketing logistics. What will be the marketing logistics for a Delhi based soft drink manufacturer producing several national brands ? 10, 10
7. (a) What is "Advertising" ? Trace the historical perspectives of advertising. 10, 10  
(b) "The success of advertising campaign depends on proper selection of the media". Discuss.
8. An International company is planning to introduce a ultra modern luxury car. How will you develop this new product ? Explain the steps involved in new product development. 20
9. Write short notes on **any two** of the following : 10, 10
- (a) Market segmentation
  - (b) Consumer behaviour
  - (c) Pricing objectives
  - (d) Retail management
-

## वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

### सत्रांत परीक्षा

जून, 2016

### एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

**नोट :** (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लिखिए।

(ii) प्रत्येक प्रश्नों के सामने अंक दिए गए हैं।

1. बाजारों के खंडीकरण तथा बाजार लक्ष्य निर्धारण की प्रक्रियाओं में निहित कदमों का उल्लेख कीजिए, तथा औद्योगिक बाजारों के खंडीकरण के विभिन्न आधारों (कारकों) की व्याख्या कीजिए।  
10, 10
2. (a) मूल्य-निर्धारण के लिए किन कारकों का उपयोग किया जाता है? 10, 10  
(b) विपणनकर्ताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली विभिन्न मूल्य-निर्धारण युक्तियों का वर्णन कीजिए।
3. वितरण माध्य से क्या तात्पर्य है? विपणन में इसके महत्त्व का उल्लेख कीजिए। एक औद्योगिक रासायनिक कंपनी के लिए वितरण माध्य के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन कीजिए।  
10, 10

4. निम्नलिखित की संक्षेप में व्याख्या कीजिए : 5, 5, 5, 5
- विपणन मिश्र
  - अतिपूर्ण (overfull) मांग
  - सकल ग्राहक मूल्य
  - विपणन की समाजीय संकल्पना
5. (a) उत्पाद जीवन चक्र (PLC) की संकल्पना का विवेचन कीजिए। 10
- (b) उत्पाद जीवन चक्र की विभिन्न अवस्थाओं में उपयोग की जाने वाली युक्तियों (strategies) की व्याख्या कीजिए। 10
6. विपणन लॉजिस्टिक्स की 'कुल प्रणाली अवधारणा' तथा 'कुल लागत अवधारणा' में अंतर बताइए। दिल्ली के एक सॉफ्ट ड्रिंक विनिर्माता, जो अनेक राष्ट्रीय ब्रांडों का उत्पादन करता है, के लिए क्या विपणन लॉजिस्टिक्स (भौतिक वितरण) व्यवस्था होगी। 10, 10
7. (a) 'विज्ञापन' से क्या तात्पर्य है? विज्ञापन के ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य का अनुरोखण कीजिए। 10, 10
- (b) "विज्ञापन अभियान की सफलता इसके माध्यम के उचित चयन पर निर्भर करती है।" विवेचन कीजिए।
8. एक अंतर्राष्ट्रीय कंपनी एक अति आधुनिक विलास कार बाजार में लाने की योजना बना रही है। आप इस नये उत्पाद का विकास कैसे करेंगे? एक नये उत्पाद की विकास प्रक्रिया में निहित विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए। 20

9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10, 10
- (a) बाज़ार का खण्डीकरण
  - (b) उपभोक्ता व्यवहार
  - (c) कीमत-निर्धारण के उद्देश्य
  - (d) फुटकर व्यापार प्रबंधन
- 



---

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)



No. of Printed Pages : 6

**MCO-06**

## **MASTER OF COMMERCE**

### **Term-End Examination**

**December, 2016**

### **MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 hours*

*Maximum Marks : 100*

*(Weightage : 70%)*

---

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

---

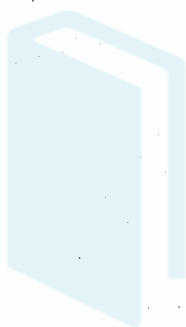
- 1.** Discuss briefly the factors that influence buyer behaviour. 20
- 
- 2.** "Marketing environment comprises all those factors which have an impact on market and marketing efforts of an enterprise." Comment giving suitable examples. 20
- 3.** Explain the various stages involved in the new product development process with suitable examples. Also state the reasons responsible for the failure of a new product. 12+8

4. Distinguish between the following : 4×5=20
- (a) Optional product pricing and Captive product pricing
  - (b) Product line pricing and Product bundle pricing
  - (c) FOB – Origin pricing and FOB – Contract pricing
  - (d) Zone pricing and Basing-point pricing
5. Describe briefly the factors that influence the choice of channel used for distributing the goods. 20
6. “Marketers use an array of tools for the purpose of communicating and promoting their products and services.” In the light of the above statement, explain the concept of promotion mix and its various components. 5+15
7. (a) Discuss the benefits of advertising to the (i) Producers, (ii) Middlemen, (iii) Customers and (iv) Community.
- (b) State the role of sales force in Relationship Marketing. 12+8

**8. Write short notes on the following :**

**8+6+6**

- (a) Stages in Buying Decision Process**
  - (b) Market Targeting Strategies**
  - (c) Product Positioning Process**
- 



ignou

ASSIGNMENT GURU

---

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

**एम.सी.ओ.-06**

**वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि**

**सत्रांत परीक्षा**

**दिसम्बर, 2016**

**एम.सी.ओ.-06 : विपणन प्रबंध**

**समय : 3 घण्टे**

**अधिकतम अंक : 100**

**(कुल का : 70%)**

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

1. क्रेता व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों की संक्षेप में चर्चा कीजिए।

20

2. “विपणन परिवेश के अंतर्गत वे सभी शक्तियाँ (कारक) आती हैं जिनका कि बाज़ार और उद्यम के विपणन प्रयासों पर प्रभाव होता है।” उपयुक्त उदाहरण देते हुए समालोचना कीजिए।

20

3. उपयुक्त उदाहरण देते हुए, नए उत्पाद विकास प्रक्रिया में सम्मिलित विभिन्न अवस्थाओं की व्याख्या कीजिए। यह भी बताइए कि नए उत्पाद के असफल होने के लिए उत्तरदायी कारण क्या होते हैं।

12+8

4. निम्नलिखित में अंतर स्पष्ट कीजिए : 4×5=20

(क) वैकल्पिक उत्पाद मूल्य-निर्धारण तथा आबद्ध (Captive) उत्पाद मूल्य-निर्धारण

(ख) उत्पाद लाइन मूल्य-निर्धारण तथा उत्पाद बंडल मूल्य-निर्धारण

(ग) निःशुल्क (FOB) – मूल (ओरिजिन) मूल्य-निर्धारण तथा निःशुल्क (FOB) – अनुबंध मूल्य-निर्धारण

(घ) क्षेत्रीय (Zone) मूल्य-निर्धारण तथा आधार बिन्दु (Basing point) मूल्य-निर्धारण

5. माल के वितरण हेतु प्रयुक्त माध्यम के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों का संक्षेप में वर्णन कीजिए । 20

6. “अपने उत्पादों और सेवाओं के संप्रेषण और संवर्धन के लिए विपणनकर्ता अनेक साधनों का प्रयोग करते हैं ।” उपर्युक्त कथन के संदर्भ में, संवर्धन मिश्रण की अवधारणा और उसके विभिन्न घटकों की व्याख्या कीजिए । 5+15

7. (क) (i) उत्पादकों, (ii) बिचौलियों, (iii) ग्राहकों और (iv) समाज को विज्ञापन के लाभों की चर्चा कीजिए ।

(ख) संबंध विपणन में बिक्री कर्मचारियों की भूमिका का उल्लेख कीजिए । 12+8

8. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

8+6+6

- (क) क्रय निर्णय प्रक्रिया की अवस्थाएँ
  - (ख) बाज़ार लक्ष्य-निर्धारण की युक्तियाँ
  - (ग) उत्पाद स्थितीयन प्रक्रिया
- 



---

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

No. of Printed Pages : 4

MCO-006

## MASTER OF COMMERCE

### Term-End Examination

June, 2017

### MCO-006 : MARKETING MANAGEMENT

Time : 3 hours

Maximum Marks : 100

Weightage : 70%

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

1. (a) Distinguish between total systems approach and total cost approach to marketing logistics. 10+10  
(b) State the objectives of marketing logistics.
2. Discuss the various bases for segmenting consumer markets. 20
3. Distinguish between : 4x5  
(a) Consumer goods and industrial goods  
(b) Durable and non durable goods  
(c) Intensive distribution and exclusive distribution  
(d) Cost plus pricing and perceived value pricing
4. (a) Explain the causes and the mechanisms for effective conflict management. 12+8  
(b) Compare and contrast departmental stores with chain stores

5. Compare and contrast market skimming pricing with market penetration pricing with suitable examples, and state conditions under which each can be deployed. 12+8
6. (a) Discuss sales promotion as a method of communication and the reasons for its rapid growth in India. 12+8  
(b) What is publicity ? How is it different from advertising ? Give examples to support your answer.
7. What is packaging ? Explain its requirement and the five key functions of packaging with examples and the hazards involved if any. 2+3+15
8. Write short notes on the following : 4x5  
(a) Functions of wholesalers  
(b) Repositioning  
(c) Promotion mix  
(d) Social marketing

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)



एम.सी.ओ.-006

## वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

### सत्रांत परीक्षा

जून, 2017

### एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का : 70%

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

1. (a) 'विपणन लॉजिस्टिक्स की कुल प्रणाली अवधारणा' तथा 'कुल लागत अवधारणा' में अंतर बताइए। 10+10  
(b) विपणन लॉजिस्टिक्स के उद्देश्यों का उल्लेख कीजिए।
2. उपभोक्ता बाजार के खण्डीकरण के विभिन्न आधारों की व्याख्या कीजिए। 20
3. निम्नलिखित में अंतर बताइए : 4x5  
(a) उपभोक्ता वस्तुएँ और औद्योगिक वस्तुएँ  
(b) टिकाऊ और गैर-टिकाऊ वस्तुएँ  
(c) गहन वितरण और अनन्य वितरण  
(d) लागतोपरि मूल्य निर्धारण और अनुभूत उपयोगिता मूल्य निर्धारण
4. (a) प्रभावी संघर्ष प्रबंध के विभिन्न कारणों तथा तंत्र की व्याख्या कीजिए। 12+8  
(b) विभागीय भंडार तथा शृंखला भंडार की तुलना कीजिए तथा उनके बीच के अंतर का उल्लेख कीजिए।

5. बाज़ार मथन मूल्य निर्धारण तथा पैठ मूल्य निर्धारण की समुचित उदाहरणों सहित तुलना कीजिए और उन स्थितियों का उल्लेख कीजिए जब इन्हें लागू किया जा सकता है। 12+8
6. (a) विक्रय संवर्धन की संप्रेषण की एक विधि के रूप में व्याख्या कीजिए, तथा भारत में इसके तीव्र विकास के कारणों का उल्लेख कीजिए। 12+8
- (b) प्रचार से क्या तात्पर्य है? यह विज्ञापन से किस प्रकार भिन्न हैं? अपने उत्तर के समर्थन में उदाहरण दीजिए।
7. डिब्बाबंदी क्या है? डिब्बाबंदी की आवश्यकताओं तथा इसके पाँच मुख्य कार्यों की उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए, तथा इसमें निहित जोखिमों का उल्लेख कीजिए। 2+3+15
8. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 4x5
- (a) थोक व्यापारी के कार्य
- (b) पुनर्स्थितिकरण
- (c) संवर्धन मिश्र
- (d) सामाजिक विपणन

No. of Printed Pages : 4

**MCO-006**

**MASTER OF COMMERCE**

**Term-End Examination**

**December, 2017**

**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. Discuss various concepts under which the business enterprises conduct their marketing activity, and explain the evolution process of these concepts. 12+8
2. Define marketing information system and give suggestions to develop an effective marketing information system. 6+14
3. Analyse the personal factors of buyers which influence their buying behaviour. Give suitable examples. 20
4. (a) Differentiate between consumer market and organisational market. 8+12  
(b) Describe any six characteristics of an organisational market.

5. "Because of differences between products and services, marketing of services face some distinctive challenges". Discuss those unique challenges in the marketing of services. 20
6. (a) You are a marketing expert. A new company asked for your advice as to whether they should go in or for family branding strategy or individual branding strategy. Give your advise with proper reasons. 10+10
- (b) Discuss any five packaging strategies considered suitable for consumer goods like tooth paste.
7. Discuss the various strategies of geographic pricing with examples. 20
8. What is 'promotion mix' ? Which are the factors you keep in mind while taking promotion mix decisions ? Explain. 4+16
9. Write short notes on **any two** of the following : 10+10
- (a) Integrated marketing communication
- (b) Resale price maintenance
- (c) Direct marketing
- (d) Functions of channels of distribution
-

एम.सी.ओ.-006

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2017

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का 70%

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

(ii) प्रत्येक प्रश्न के सामने अंक दिए हैं।

1. उन विभिन्न संकल्पनाओं का विवेचन कीजिए जिनके अंतर्गत व्यावसायिक उद्यम अपने विपणन कार्यकलापों का संचालन करते हैं, तथा इन संकल्पनाओं की विकास प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। 12+8
2. विपणन सूचना प्रणाली की परिभाषा दीजिए, तथा एक प्रभावी विपणन सूचना प्रणाली विकसित करने के लिए आवश्यक सुझाव दीजिए। 6+14
3. क्रेताओं के उन व्यक्तिगत कारकों का विवेचन कीजिए जिनसे उनका क्रय व्यवहार प्रभावित होता है। उपयुक्त उदाहरण भी दीजिए। 20
4. (a) उपभोक्ता बाजार तथा संगठनात्मक बाजार में अंतर बताइए। 8+12  
(b) संगठनात्मक बाजार की किन्हीं छः विशेषताओं का वर्णन कीजिए।

5. “उत्पादों व सेवाओं में अंतर के कारण सेवाओं के विपणन में कुछ विशिष्ट चुनौतियों का सामना करना पड़ता है।” सेवाओं के विपणन से संबंधित इन अपूर्व (unique) चुनौतियों का विवेचन कीजिए। 20
6. (a) आप एक विपणन विशेषज्ञ हैं। एक नयी कंपनी आप से सलाह मांगती है कि उसे परिवार ब्रांडिंग रणनीति अथवा व्यक्तिगत ब्रांडिंग रणनीति अपनानी चाहिए। उचित कारणों सहित अपनी सलाह दीजिए। 10+10
- (b) टुथपेस्ट जैसी उपभोक्ता वस्तुओं के लिए किन्हीं पाँच उपयुक्त पैकेजिंग रणनीतियों का विवेचन कीजिए।
7. भौगोलिक कीमत निर्धारण की युक्तियों की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 20
8. संवर्धन मिश्र से क्या तात्पर्य है? संवर्धन मिश्र संबंधी निर्णय लेते समय आप किन कारकों को ध्यान में रखेंगे? व्याख्या कीजिए। 4+16
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10
- (a) एकीकृत विपणन संप्रेषण
- (b) पुनर्विक्रय कीमत अनुसंधान
- (c) प्रत्यक्ष विपणन
- (d) वितरण माध्यमों के कार्य

No. of Printed Pages : 4

**MCO-006**

## **MASTER OF COMMERCE**

### **Term-End Examination**

**June, 2018**

### **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. "Channels of distribution used are different for different products." Explain and state the reasons for it. **20**
2. (a) Differentiate between micro and macro marketing environments. **8+12**  
(b) Discuss the current marketing environment for luxury cars in India.
3. (a) Differentiate between 'marketing mix' and 'promotion mix'. **8+12**  
(b) Explain the relationship between market segmentation, market targetting and product positioning.
4. You want to buy a washing machine for use at your house. Describe the buying decision process you will follow to buy the washing machine. **20**

5. Explain the various stages of new product development process. 20
6. (a) Discuss any five packaging strategies suitable for consumer goods like toothpaste. 10+10  
(b) Briefly explain the pricing strategies normally adopted for pricing new products.
7. Discuss various factors that influence the price determination. 20
8. "No single medium of advertising is ideal in all respects." Discuss. 20
9. Write short notes on any two of the following :  
(a) Green marketing 10+10  
(b) Product mix pricing strategies  
(c) Functional middlemen  
(d) Social marketing

---

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)



एम.सी.ओ.-006

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

जून, 2018

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का 70%

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

(ii) प्रत्येक प्रश्न के सामने अंक दिए हैं।

1. “उपयोग किए जाने वाले वितरण माध्यम विभिन्न उत्पादों के लिए अलग-अलग होते हैं।” कारण सहित व्याख्या कीजिए। 20
2. (a) व्यक्ति तथा समष्टि विपणन परिवेश में अंतर बताइए। 8+12  
(b) भारत में विलास (luxury) कारों के लिए प्रचलित (current) विपणन परिवेश का विवेचन कीजिए।
3. (a) ‘विपणन मिश्र’ तथा ‘उत्पाद मिश्रण’ में अंतर की व्याख्या कीजिए। 8+12  
(b) बाजारों का खंडीकरण, बाजार लक्ष्य निर्धारण तथा उत्पाद स्थितियन के बीच संबंध की व्याख्या कीजिए।
4. आप अपने घर में उपयोग करने के लिए एक धुलाई मशीन क्रय करना चाहते हैं। इसके क्रय के लिए आप जो प्रक्रिया अपनाएंगे उसका विस्तृत वर्णन कीजिए। 20

5. नये उत्पाद विकास प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाओं (stages) की व्याख्या कीजिए। 20
6. (a) टुथपेस्ट जैसे उपभोक्ता उत्पाद के लिए अपनायी जाने वाली किन्हीं उचित पाँच पैकेजिंग (डिब्बाबंदी) युक्तियों का विवेचन कीजिए। 10+10
- (b) नये उत्पाद की कीमत निर्धारण के लिए सामान्यतया अपनायी जाने वाली रणनीतियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
7. कीमत-निर्धारण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए। 20
8. “विज्ञापन का कोई भी एक माध्यम अपने आप में सभी दृष्टिकोणों से आदर्श नहीं है।” विवेचन कीजिए। 20
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10
- (a) हरित विपणन (Green marketing)
- (b) उत्पाद मिश्रण कीमत निर्धारण युक्तियाँ
- (c) कार्यकारी मध्यस्थ
- (d) सामाजिक विपणन

No. of Printed Pages : 4

**MCO-006**

## **MASTER OF COMMERCE**

**Term-End Examination**

**December, 2018**

### **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. What is marketing information system ? Explain 5+15  
the components of marketing information system.
2. Differentiate between micro and macro 5+15  
environments of marketing. Discuss various  
factors of macro environment of marketing in  
India.
3. What is market segmentation ? State the bases of  
segmenting consumer markets and explain any  
four of those bases of segmentation. 4+4+12
4. Differentiate between consumer market and 6+14  
organisational market. Describe various types of  
organisational markets.
5. (a) Explain the inter-relationship between  
product item, product line and product mix,  
with appropriate examples. 10+10  
(b) Discuss various product mix strategies  
practiced by marketers.

6. "Channels of distribution are different for different products." Discuss the reasons for this. 20
7. What is promotion mix ? Discuss the factors that affect the promotion mix of a company. 4+16
8. "After deciding the basic price of the product, it is necessary to decide the policy of pricing the product to customers located in different geographic locations." In view of this statement, discuss various geographic pricing methods available to marketers. 20
9. Write short notes on any two of the following : 10+10
  - (a) Direct marketing
  - (b) Functional middlemen
  - (c) Resale price maintenance
  - (d) Product life cycle

ASSIGNMENT GURU

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

एम.सी.ओ.-006

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

सत्रांत परीक्षा

दिसंबर, 2018

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबंध

समय : 3 घंटे

अधिकतम अंक : 100

कुल का 70%

- नोट : (i) किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर लिखिए।  
(ii) प्रत्येक प्रश्न के सामने अंक दिए हैं।

1. 'विपणन सूचना प्रणाली' से क्या तात्पर्य है? विपणन सूचना प्रणाली के मुख्य घटकों (components) की व्याख्या कीजिए। 5+15
2. विपणन के व्यष्टि परिवेश तथा समष्टि परिवेश में अंतर बताइए। भारत में विपणन के समष्टि परिवेश (macro environment) के विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए। 5+15
3. 'बाजार के खंडीकरण' से क्या तात्पर्य है? उपभोक्ता बाजारों के खंडीकरण के आधारों का उल्लेख कीजिए तथा खंडीकरण के इन आधारों में से किन्हीं चार की व्याख्या कीजिए। 4+4+12
4. 'उपभोक्ता बाजार' तथा 'संगठनात्मक बाजार' में अंतर बताइए। संगठनात्मक बाजारों के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कीजिए। 6+14

5. (a) उत्पाद मद, उत्पाद शृंखला तथा उत्पाद मिश्रण के बीच अंतःसंबंध की उचित उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए।  
(b) विपणनकर्त्ताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली विभिन्न उत्पाद मिश्रण युक्तियों का विवेचन कीजिए। **10+10**
6. “विभिन्न उत्पादों के लिए वितरण के माध्यम अलग-अलग होते हैं।” इसके विभिन्न कारणों की व्याख्या कीजिए। **20**
7. संवर्धन मिश्रण (promotion mix) से क्या तात्पर्य है? एक कंपनी के संवर्धन मिश्रण को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए। **4+16**
8. “एक उत्पाद की मूल कीमत निर्धारित करने के बाद विभिन्न स्थानों पर स्थित ग्राहकों से चार्ज की जाने वाली कीमतों की नीति तय करना आवश्यक हो जाता है।” इस विवरण को ध्यान में रखते हुए, विपणनकर्त्ताओं को उपलब्ध विभिन्न भौगोलिक कीमत निर्धारण पद्धतियों की व्याख्या कीजिए। **20**
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : **10+10**  
(a) प्रत्यक्ष (direct) विपणन  
(b) कार्यकारी मध्यस्थ  
(c) पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण  
(d) उत्पाद जीवन चक्र
-

No. of Printed Pages : 4

**MCO-06**

**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
-



एम.सी.ओ.-06

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

**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

[ 3 ]

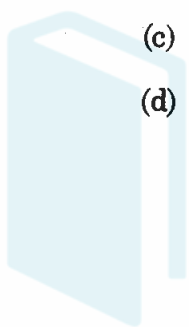
MCO-006

- (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



ASSIGNMENT GURU

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

[ 4 ]

MCO-006

एम.सी.ओ.-006

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

( एम. कॉम. )

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2019

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबंध

[www.ignouassignmentguru.com](http://www.ignouassignmentguru.com)

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

[ 6 ]

MCO-006

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 ब्राण्डिंग अथवा व्यक्तिगत ब्राण्डिंग में से किसे महत्व देंगे? कारण सहित अपने निर्णय को स्पष्ट

कीजिए।

10

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

- (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



[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

No. of Printed Pages : 7

**MCO-006**

**MASTER OF COMMERCE (M.COM.)**

**Term-End Examination**

**June, 2020**

**MCO-006 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 Hours*

*Maximum Marks : 100*

---

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

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

---

1. Discuss the scope of marketing research in terms of its applications in various marketing decision areas. 20
2. (a) Briefly explain, how macro environmental factors affect a company's marketing policies and strategies. 10

**P. T. O.**

[ 2 ]

MCO-006

- (b) Describe various types of consumer buying behaviour situations. 10
3. Explain the steps involved in the process of product positioning. Give suitable examples to support your answer. 20
4. Differentiate between products and services. Discuss the interdependence of products and services. 10, 10
5. (a) Why do new products fail ? 10
- (b) What is re-sale price maintenance ? What are the legal provisions for its regulation in India ? 3, 7
6. Discuss the basic methods of price determination and their advantages and limitations. 20

7. What role does intermediaries play in the distribution of products ? Can intermediaries be eliminated ? Give reasons in support of your answer. 10, 10

8. Discuss the steps involved in the personal selling process. 20

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

(a) Total system approach to marketing logistics

(b) Direct channel of distribution

(c) Role of sales force in relationship marketing

(d) Integrated marketing communication

## MCO-006

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि ( एम. कॉम. )

सत्रांत परीक्षा

जून, 2020

एम.सी.ओ.-006 : विपणन प्रबन्ध

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 100

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

(ii) प्रत्येक प्रश्न के सामने अंक दिए हैं।

- 
1. विभिन्न अनुसन्धान के विषय-क्षेत्र की व्याख्या उसके विभिन्न विपणन निर्णयों की उपयुक्तता के संदर्भ में कीजिए।

2. (क) समष्टि परिवेश कारक किस प्रकार किसी कम्पनी की विपणन नीतियों और रणनीतियों को प्रभावित करते हैं, संक्षिप्त वर्णन कीजिए। 10

- (ख) विभिन्न क्रेता व्यवहार परिस्थितियों का वर्णन कीजिए। 10

3. उपयुक्त उदाहरण सहित किसी उत्पाद की स्थितीय प्रक्रिया के विभिन्न पदों को स्पष्ट कीजिए। 20

4. उत्पाद और सेवाओं में अन्तर स्पष्ट कीजिए। उत्पाद और सेवाओं के मध्य अन्तरनिर्भरता की व्याख्या कीजिए। 10, 10

5. (क) नये उत्पाद क्यों असफल होते हैं ? 10

(ख) पुनर्विक्रय कीमत अनुरक्षण का क्या अर्थ है ?

भारत में इसका नियमन करने के क्या कानूनी

प्रावधान हैं ?

3, 7

6. कीमत निर्धारण की मूल विधियों की व्याख्या

कीजिए। उनके लाभ तथा सीमाओं को भी स्पष्ट

कीजिए।

20

7. उत्पादों के वितरण में मध्यस्थ की क्या भूमिका है ?

क्या उनको हटाया जा सकता है ? अपने उत्तर के

समर्थन में कारण दीजिए।

10, 10

8. व्यक्तिगत विक्रय प्रक्रिया में विभिन्न पदों का वर्णन

कीजिए।

20



[7]

MCO-006

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

प्रत्येक 10

(क) विपणन लॉजिस्टिक्स की कुल प्रणाली अवधारणा

(ख) वितरण की सीधी प्रणाली

(ग) विपणन के सम्बन्ध में विक्रय बल की भूमिका

(घ) सम्पूर्ण विपणन सम्प्रेषण

ASSIGNMENT GURU

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

No. of Printed Pages : 6

**MCO-06**

**MASTER OF COMMERCE**

**(M. COM.)**

**Term-End Examination**

**December, 2020**

**MCO-06 : MARKETING MANAGEMENT**

*Time : 3 Hours*

*Maximum Marks : 100*

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

1. “Marketing managers should focus more on the micro-environment than the macro-environment while deciding marketing policies and strategies.” Do you agree ? Give comments in support of your argument. 20
2. Differentiate between consumer market and organisational market. Discuss the distinctive characteristics of organisational markets. 5+15

[ 2 ]

MCO-06

3. (a) Discuss different methods used in positioning the product. Give examples. 10
- (b) Discuss various factors to be kept in mind while developing an effective marketing information system. 10
4. Differentiate between product and service. Discuss various challenges in marketing of services. 5+15
5. Discuss various factors you should keep in mind while determining the price of the product. Also explain methods of pricing. 20
- 
6. “Channels of distribution are different for different products”. Discuss. 20
7. “Customer service and cost reduction are the two benchmarks of an effective system of marketing logistics.” Comment. 20
8. Discuss the various steps involved in the personal selling process. 20

[ 3 ]

MCO-06

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

- (a) Integrated marketing communication
- (b) Resale price maintenance
- (c) Reasons for failure of new products
- (d) Mass customisation



---

[www.ignouassignmentguru.com](https://www.ignouassignmentguru.com)

P. T. O.

## MCO-06

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

( एम. कॉम. )

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2020

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. “विपणन नीतियों का निर्धारण करते समय विपणन प्रबन्धकों को स्थूल परिवेश की तुलना में सूक्ष्म परिवेश पर अधिक ध्यान देना चाहिए।” क्या आप इस कथन से सहमत हैं? अपनी सहमति के समर्थन में टिप्पणी कीजिए।

[ 5 ]

MCO-06

2. उपभोक्ता बाजार और संगठनात्मक बाजार के बीच अन्तर स्पष्ट कीजिए। संगठनात्मक बाजार की विशिष्ट विशेषताओं पर चर्चा कीजिए। 5+15

3. (अ) उत्पाद की स्थितीयन में प्रयुक्त होने वाली विभिन्न विधियों की चर्चा कीजिए। उत्तर के समर्थन में उदाहरण दीजिए। 10

- (ब) प्रभावी विपणन सूचना प्रणाली को विकसित करते समय ध्यान रखने योग्य विभिन्न कारकों की चर्चा कीजिए। 10

4. उत्पाद और सेवाओं में अन्तर स्पष्ट कीजिए। सेवाओं के विपणन में विभिन्न चुनौतियों/कठिनाइयों की व्याख्या कीजिए। 5+15

5. किसी उत्पाद के कीमत निर्धारण में विचार योग्य विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए। कीमत निर्धारण की विभिन्न विधियों को भी समझाइए। 20

P. T. O.

[ 6 ]

MCO-06

6. “विभिन्न प्रकार के उत्पादों के लिए वितरण के चैनल भिन्न-भिन्न हैं।” व्याख्या कीजिए। 20
7. “किसी प्रभावी लाजिस्टिक्स के दो मानक हैं-ग्राहक सेवा और मूल्य/कीमत कटौती।” व्याख्या कीजिए। 20
8. व्यक्तिगत बिक्री प्रक्रिया में प्रयुक्त होने वाले विभिन्न चरणों की व्याख्या कीजिए। 20
9. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 10+10
- (क) एकीकृत विपणन संचार
- (ख) पुनर्विक्रय मूल्य रख-रखाव
- (ग) नये उत्पाद की विफलता के कारण
- (घ) व्यापक अनुकूलन

MCO-06