

Total No. of Questions - 9]
(2062)

[Total Pages : 4

9806

M.Com. (IInd Semester) Examination

MARKETING MANAGEMENT

Paper-MC-2.4

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

The candidates shall limit their answers precisely within the answer-book (40 pages) issued to them and no supplementary/continuation sheet will be issued.

परीक्षार्थी अपने उत्तरों को दी गयी उत्तर-पुस्तिका (40 पृष्ठ) तक ही सीमित रखें। कोई अतिरिक्त पृष्ठ जारी नहीं किया जाएगा।

Note: There are *nine* question in all. Question number one is compulsory having *ten* short questions of two marks each. The candidate will be required to attempt *one* question from each unit and each question carries equal marks. (15 Marks).

नोट : प्रश्न पत्र में कुल नौ प्रश्न हैं। प्रश्न संख्या 1 अनिवार्य है। इसमें दस लघु उत्तरीय प्रश्न हैं, प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न का उत्तर दीजिए, प्रत्येक प्रश्न 15 अंकों का है।

9806/4,500/777/720/Trans.

[P.T.O.]

Compulsory Question

(अनिवार्य प्रश्न)

1. Answer the following in brief :

- (a) Brand equity.
- (b) Market positioning.
- (c) Compensatory decision rule.
- (d) Market-skimming pricing.
- (e) Retailing.
- (f) Supply chain management.
- (g) Price discrimination.
- (h) Packaging
- (i) Wholesaling.
- (j) Product width.

निम्नलिखित को संक्षेप में समझाइए :

- (क) ब्राँड इक्विटी।
- (ख) बाजार पोजीशनिंग।
- (ग) प्रतिपूरक निर्णायक अनियम।
- (घ) मार्केट स्किमिंग प्राइसिंग।
- (ङ) खुदरा बिक्री।
- (च) आपूर्ति शृंखला प्रबंधन।
- (छ) मूल्य विभेदीकरण।
- (ज) पैकेजिंग।
- (झ) थोक व्यापार।
- (ञ) वस्तु विस्तार।

UNIT-I
(इकाई-I)

2. Explain the consumer decision process. Also explain the factors which affect the consumer decision process.

उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया को समझाइए। उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया को प्रभावित करने वाले कारकों को भी समझाइए।

3. How can firms use customer demographics like income, market size, education and ethnicity to market to their customer base?

कंपनियाँ ग्राहक जनसांख्यिकीय आँकड़ों जैसे कि आय बाजार आकार, शिक्षा तथा जातीयता का उपयोग किस तरह से अपने ग्राहक आधार के विपणन हेतु कर सकती है?

UNIT-II
(इकाई-II)

4. What are the main stages in developing new products and services? What is the best way to manage the generation of new ideas?

नये उत्पादों तथा सेवाओं को विकसित करने में मुख्य चरण क्या हैं? नये विचारों के जनन को प्रबंधित करने का सबसे बढ़िया तरीका क्या है?

5. Explain the role of the brand for the customer as well as for the owners. What is the best way to manage the commercialization of new products?

ग्राहकों तथा स्वामियों दोनों के लिए ब्रांड की भूमिका को समझाइए। नये उत्पादों के व्यापारीकरण को प्रबंधित करने का सबसे बढ़िया तरीका क्या है?

UNIT-III

(इकाई-III)

6. What are some of the important issues in wholesaling ? What does the future hold for private label brands ?

थोक विक्रय में कुछ महत्वपूर्ण समस्याएँ क्या हैं? प्राइवेट लेबल ब्रांडों के लिए भविष्य कैसा है?

7. Explain the various factors which should be considered while making a choice of distribution channel ?

वितरण चैनल का निर्णय लेते समय किन विभिन्न कारकों को ध्यान में रखना चाहिए, समझाइए।

UNIT-IV

(इकाई-IV)

8. What steps are required in developing an advertising program ? How should marketers choose advertising media and measure their effectiveness ?

प्रचार योजना को विकसित करते समय किन चरणों की आवश्यकता पड़ती है? विपणकों को किस तरह से प्रचार माध्यम का चयन करना चाहिए तथा उनकी प्रभावशीलता मापनी चाहिए।

9. How sales promotion decisions should be made ? How can companies exploit the potential of public relations ?

विक्रय प्रसार निर्णयों को कैसे लेना चाहिए? कंपनियाँ किस तरह से जनसंपर्कों की क्षमता का उपयोग कर सकती हैं?