

Total No. of Questions – 09]
(2022)

[Total Pages : 4

9344

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 No. one is compulsory having *ten* short questions of two marks each. Attempt one question from each unit and each question carries equal marks (15 marks).

नोट : कुल नौ प्रश्न हैं। प्रश्न सं. 1 अनिवार्य है जिसमें 10 लघु प्रश्न हैं, प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न कीजिए। प्रत्येक प्रश्न समान अंक का है (15 अंक)।

Compulsory Question

(अनिवार्य प्रश्न)

1. Answer the following in brief :

निम्नलिखित का संक्षेप में उत्तर दीजिए :

- (a) Augmented product.
संवर्धित उत्पाद।
- (b) Customer perceived value.
ग्राहक कथित मूल्य।
- (c) Organisational buyers.
संगठनात्मक खरीदार।
- (d) Related diversification.
संबंधित विविधीकरण।
- (e) Post purchase behaviour.
खरीद के बाद का व्यवहार।
- (f) Market-penetration pricing.
बाजार समझ मूल्य निर्धारण।
- (g) Product assortment.
उत्पाद वर्गीकरण।
- (h) Selective distribution.
चयनात्मक वितरण।
- (i) Psychographics.
मनोवृत्तिपरक।
- (j) Advertisement.
विज्ञापन।

UNIT-I

(इकाई-I)

2. Identify a company that you believe does a particularly good job of marketing to different cultural groups. Justify your answer.

एक ऐसी कम्पनी की पहचान करें जो आपको लगता है कि विभिन्न सांस्कृतिक समूहों के लिए विशेष रूप से विपणन का अच्छा काम करती है। अपने उत्तर का औचित्य सिद्ध करें।

3. What is consumer decision process? Explain the factors which affect buyer behaviour.

उपभोक्ता निर्णय प्रक्रिया क्या है? क्रेता के व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए।

UNIT-II

(इकाई-II)

4. How can new products be categorized? What challenges does a company face in developing new products and services?

नए उत्पादों को वर्गीकृत कैसे किया जा सकता है? नए उत्पादों और सेवाओं को विकसित करने में कम्पनी को किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है?

5. What factors affect the rate of diffusion and consumer adoption of newly launched products and services?

नए प्रक्षेपित किए गए उत्पादों और सेवाओं के प्रसार और उपभोक्ता के अपनाने की दर को कौन से कारक प्रभावित करते हैं?

UNIT-III
(इकाई-III)

6. What marketing decisions do marketing intermediaries make? What are some important issues in logistics?
विपणन मध्यस्थ कौन से विपणन निर्णय लेते हैं? संचालन में कुछ मुख्य मुद्दे क्या हैं?
7. What is the importance of distribution channel in marketing? Also state the various channels of distribution with their relative merits.
विपणन में वितरण चैनल की महत्ता क्या है? वितरण के विभिन्न चैनलों को उनके सापेक्ष गुणों के साथ भी बताइए।

UNIT-IV
(इकाई-IV)

8. What is communication process? Explain in detail about the promotion mix of a product?
संचार प्रक्रिया क्या है? किसी उत्पाद के प्रसार मिश्रण के बारे में विस्तार से बताएं।
9. What factors should be kept in mind while dealing with legal ethical and social issues of marketing?
विपणन के कानूनी-नैतिक और सामाजिक मुद्दों से निपटने के लिए किन कारकों को ध्यान में रखा जाना चाहिए।