

इकाई IV

5. घटना विपणन क्या है ? वर्तमान समय में इस क्षेत्र के विषय-क्षेत्र का विश्लेषण कीजिए ।

अथवा

भारत में ग्रामीण विपणन पर अत्यधिक कम्पनियौं क्यों केंद्रित हैं ?

B-10353(TR)

6

760

Roll No.

(07/21-II)

10353

M. Com. EXAMINATION

(For Batch 2017 & Onwards)

(Second Semester)

MARKETING MANAGEMENT

MC-203

Time : Three Hours

Maximum Marks : 70

Note : Attempt *Five* questions in all of 14 marks each. Q. No. 1 is compulsory with seven short questions of 2 marks each. Attempt *four* questions by selecting *one* question from each Unit in addition to compulsory question.

Compulsory Question

1. Explain the following :
- (i) Societal marketing concept

(2-09/8) B-10353(TR)

P.T.O.

- (ii) Cognitive dissonance behaviour
- (iii) Product line
- (iv) Skimming pricing
- (v) Distribution intensity
- (vi) Publicity
- (vii) Network marketing.

Unit I

2. Why is marketing changing with time ? How a business can be benefitted with the change ?

Or

How marketing environment influences marketing mix decisions ?

Unit II

3. What are the marketing strategies adopted in different stages of a product life-cycle ? Explain.

B-10353(TR)

2

Or
Discuss the various factors that influence pricing decisions. How do types of competition influence them ?

Unit III

4. What are the functions performed by intermediaries ? How intermediaries change with the types of product ?

Or

“The components of promotion mix acts as a system.” Discuss this statement.

Unit IV

5. What is Event Marketing ? Analyse the scope of this area in the present time.

Or

Why more and more companies are focusing on rural marketing in India ?

(2-09/9) B-10353(TR)

3

P.T.O.

(Hindi Version)

नोट : 14 अंक वाले कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
प्रश्न क्र. 1 अनिवार्य है जिसमें 2-2 अंक के सात प्रश्न हैं । प्रत्येक इकाई में से एक प्रश्न चुनते हुए अनिवार्य प्रश्न के अतिरिक्त चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

अनिवार्य प्रश्न

1. निम्नलिखित की व्याख्या कीजिए :

- (i) सामाजिक विपणन की अवधारणा
- (ii) संज्ञानात्मक असंगति व्यवहार
- (iii) उत्पाद रेखा
- (iv) रिक्मिंग मूल्य-निर्धारण
- (v) वितरण तीव्रता
- (vi) प्रचार
- (vii) नेटवर्क मार्केटिंग ।

इकाई I

2. विपणन परिवर्तन समय के साथ क्यों होता है ?
परिवर्तन के साथ व्यापार को कैसे लाभ हो सकता है ?

B-10353(TR)

4

अथवा

विपणन पर्यावरण विपणन मिश्रण निर्णयों को कैसे प्रभावित करता है ?

इकाई II

3. एक उत्पाद जीवन-चक्र के विभिन्न स्तरों में अपनाई जाने वाली रणनीतियाँ क्या हैं ? व्याख्या कीजिए ।

अथवा

मूल्य निर्धारण निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का वर्णन कीजिए । उन्हें प्रतियोगिता के प्रकार कैसे प्रभावित करते हैं ?

इकाई III

4. मध्यस्थताओं द्वारा किये गये कार्य क्या हैं ? ये उत्पाद के प्रकारों के साथ कैसे परिवर्तित होते हैं ?

अथवा

“संवर्धन मिश्रण के घटक एक प्रणाली के रूप में कार्य करते हैं ।” इस कथन का वर्णन कीजिए ।

(2-09/10)B-10353(TR)

5

P.T.O.