

S.C.No.—19501205

M.Com. EXAMINATION, 2022

(Batch 2019)

(Second Semester)

MARKETING MANAGEMENT

19MC-205

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 80

Note : Attempt Five questions in all. All questions carry equal marks.

कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

1. Explain in brief :

- (i) Societal marketing concept
- (ii) Elements of marketing mix
- (iii) Economic determinants of consumer behaviour

(19501205) H-19501205(2PG21)(TR)

P.T.O.

(iv) Niche marketing

(v) Requirements of effective segmentation

(vi) Order processing

(vii) Publicity

(viii) Logistics.

संक्षेप में बताइए :

(i) सामाजिक विपणन अवधारणा

(ii) विपणन मिश्रण के तत्व

(iii) उपभोक्ता व्यवहार के आर्थिक निर्धारक

(iv) आला विपणन

(v) प्रभावी विभाजन की आवश्यकताएँ

(vi) ऑर्डर प्रोसेसिंग

(vii) प्रचार

(viii) रसद ।

Unit I

इकाई I

2. "Marketing does not mean selling. It means the creation of customer." Clarify this statement and explainfully the modern concept of marketing.

H-19501205(2PG21)(TR)

2

“विपणन का अर्थ बेचना नहीं है । इसका अर्थ है ग्राहक का निर्माण ।” इस कथन को स्पष्ट कीजिए तथा विपणन की आधुनिक अवधारणा की पूर्ण व्याख्या कीजिए ।

3. Explain the four 'Ps' model of marketing mix. What way marketing mix concept helps the business firms to be more successful ?

विपणन मिश्रण के चार 'Ps' मॉडल की व्याख्या कीजिए । किस प्रकार विपणन मिश्रण अवधारणा व्यावसायिक फर्मों को अधिक सफल होने में सहायता करती है ?

Unit II

इकाई II

4. Discuss the importance and difficulties in understanding buyer behavior. Explain the various economic factors which influence the buyer behaviour.

क्रेता व्यवहार को समझने के महत्त्व और कठिनाइयों की चर्चा कीजिए । क्रेता व्यवहार को प्रभावित करने वाले विभिन्न आर्थिक कारकों की व्याख्या कीजिए ।

5. State the alternative strategies applied to various market segments. What are the elements that influence in selecting the strategy for market segmentation ?

विभिन्न बाजार खण्डों पर लागू वैकल्पिक रणनीतियों का उल्लेख कीजिए । बाजार विभाजन के लिए रणनीति के चयन में कौनसे तत्त्व प्रभावित करते हैं ?

Unit III

इकाई III

6. Describe various objectives of sales promotion. What techniques of sales promotion are used by a manufacturer to motivate the consumers ?
बिक्री संवर्धन के विभिन्न उद्देश्यों का वर्णन कीजिए । एक निर्माता द्वारा उपभोक्ताओं को प्रेरित करने के लिए बिक्री संवर्धन की किन तकनीकों का उपयोग किया जाता है ?
7. Explain the various pricing strategies. What are major determinants of pricing in business ?
विभिन्न मूल्य निर्धारण रणनीतियों की व्याख्या कीजिए । व्यवसाय में मूल्य निर्धारण के प्रमुख निर्धारक क्या हैं ?

Unit IV

इकाई IV

8. What do you mean by Marketing Research Process ? Discuss the different types of marketing research.

विपणन अनुसंधान प्रक्रिया से आप क्या समझते हैं ?
विभिन्न प्रकार के विपणन अनुसंधानों की विवेचना
कीजिए ।

9. Write a detailed note on the reasons for emergence of channels of distribution.

वितरण के माध्यमों के उद्भव के कारणों पर एक
विस्तृत टिप्पणी लिखिए ।