Total Pages : 4

K-1226

M.Com. Final Examination, 2022

(Group B)

MARKETING MANAGEMENT

[Paper : First (Optional)]

Time Allowed : Three Hours

Maximum Marks : 100

Minimum Passing Marks : 36

Note : Attempt **all** the **five** questions. **One** question from each unit is compulsory. **All** questions carry **equal** marks.

सभी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक इकाई से एक **प्रश्न** करना **अनिवार्य** है। **सभी** प्रश्नों के अंक **समान** हैं।

UNIT-I / इकाई-I

1. Give macro definition of marketing and discuss its importance as a business function. [20]

   विपणन की वृहत परिभाषा दीजिए तथा व्यवसाय कार्य के रूप में इसके महत्व की विवेचना कीजिए।

OR / अथवा

What are the various stages of consumer decision making process ? Discuss.

उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थायें क्या हैं ? विवेचना कीजिए।

UNIT-II / इकाई-II

2. Explain the meaning of product mix. What factors influence changes in product mix ? [20]

उत्पाद मिश्रण का अर्थ समझाइए। उत्पाद मिश्रण में परिवर्तनों को कौन-कौन से घटक प्रभावित करते हैं ?

OR / अथवा

What do you understand from the new product development ? Discuss the importance of new product development.

नवीन उत्पाद विकास से आप क्या समझते हैं ? नवीन उत्पाद विकास के महत्व की विवेचना कीजिए।

UNIT-III / इकाई-III

3. Which factors should be kept in mind by a new company while formulating its, price policy ? Discuss in brief the effect of social and moral reasons in price determination. [20]

एक नयी कम्पनी द्वारा अपनी मूल्य नीति बनाते समय किन घटकों को ध्यान में रखना चाहिए ? मूल्य निर्धारण में नैतिक तथा सामाजिक कारणों के प्रभावों को संक्षेप में समझाइए।

OR / अथवा

Describe in detail the factors affecting selection of distribution channel .

वितरण वाहिका के चयन को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विस्तारपूर्वक वर्णन कीजिए।

UNIT-IV / इकाई-IV

4. What is personal selling ? Describe in brief the technique of personal selling. [20]

वैयक्तिक विक्रय क्या है ? वैयक्तिक विक्रय की प्रविधि का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

OR / अथवा

What is marketing research ? Throw light on its need and importance in India.

विपणन अनुसंधान क्या है ? भारत में इसकी आवश्यकता तथा महत्व पर प्रकाश डालिए।

UNIT-V / इकाई-V

5. What are the bases upon which marketing organisational structure can be built ? Discuss the each base. [20]

विपणन संगठन की संरचना किन-किन आधारों पर की जाती है ? प्रत्येक की व्याख्या कीजिए।

OR / अथवा

What do you mean by international marketing ? Discuss significance of international marketing.

अन्तर्राष्ट्रीय विपणन से आप क्या समझते हैं ? अन्तर्राष्ट्रीय विपणन के महत्व की व्याख्या कीजिए।

----x----