



SN – 673

43-

**III Semester B.Com. Examination, November/December 2013
(Repeaters) (2012-13 only)
COMMERCE**

3.4 : Marketing Management

Time : 3 Hours

Max. Marks :100

**Instruction : Answer should be written under correct question number
completely either in English or Kannada.**

SECTION – A

Answer **any eight** of the following questions. **Each** correct answer carries **two** marks.
(8×2=16)

1. a) Give the meaning and definition of Marketing Management.

ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಅರ್ಥ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಖ್ಯೆಯನ್ನು ನೀಡಿ.

b) Define marketing environment.

ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಪರಿಸರವನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ.

c) Define 'Product and Product mix'.

ಉತ್ಪನ್ನ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಿಶ್ರಣವನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ.

d) Give the meaning of E-Commerce.

'ಇ - ಕಾಮರ್ಸ್'ನ ಅರ್ಥ ನೀಡಿ.

e) What do you mean by product positioning ?

'ಉತ್ಪನ್ನ ಸ್ಥಿತಿತ್ವ' ಎಂದರೇನು ?

f) Explain the term product addition and product deletion.

ಉತ್ಪನ್ನ ಸೇರಿಸುವಿಕೆ ಹಾಗೂ ಉತ್ಪನ್ನ ಹಿಂಪಡೆಯುವಿಕೆ ಪದಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

g) Give the meaning and features of virtual marketing.

ತಾತ್ವಿಕ ಅಥವಾ ವಾಸ್ತವಿಕ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಅರ್ಥವನ್ನು ನೀಡಿ.

h) Give the meaning of Advertisement Copy.

ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರತಿಯ ಅರ್ಥವನ್ನು ನೀಡಿ.

i) What do you mean by Pricing ?

ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರ ಎಂದರೇನು ?

j) Give the meaning of Tele-marketing.

ಟೆಲಿ-ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಎಂದರೇನು ?



P.T.O.



SECTION – B

Answer **any three** of the following questions. **Each** correct answer carries **eight** marks.

(3×8=24)

2. Compare Traditional and Modern marketing concepts.

ಪಾರಂಪರಿಕ ಹಾಗೂ ಆಧುನಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಕಲ್ಪನೆಗಳ ನಡುವಣ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿ.

3. Discuss the various stages in Product Life Cycle.

ವಸ್ತುಜೀವನ ಚಕ್ರದ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

4. Define brand. What are the essentials of good brand name ?

ಮುದ್ರೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ. ಉತ್ತಮ ಮುದ್ರೆಯಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕಾದ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳಾವುವು ?

5. Explain the various pricing policies.

ವಿವಿಧ ಬೆಲೆ ನಿರ್ಧಾರ ನೀತಿಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

6. Discuss the advantages of E-Business.

'ಇ-ಬಿಸಿನೆಸ್' ನ ಅನುಕೂಲತೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.

SECTION – C

Answer **any four** of the following questions. **Each** correct answer carries **fifteen** marks.

(15×4=60)

7. Discuss the various Micro and Macro environmental forces in marketing.

ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲಿರುವ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರ ಪರಿಸರ ಶಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.

8. Explain the stages in the new product development. Give reasons for the failure of new product.

ಹೊಸ ವಸ್ತುವಿನ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿರುವ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವೈಫಲ್ಯವಾಗಲು ಕಾರಣಗಳೇನು ?

9. What do you mean by Advertising ? Explain the different medias of Advertising.

ಜಾಹೀರಾತು ಎಂದರೇನು ? ವಿವಿಧ ಜಾಹೀರಾತು ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

10. Define Market Segmentation. What are the basis for market Segmentation ?

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಜನೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಜನೆಗೆ ಇರುವ ಆಧಾರಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

11. Explain the factors to be considered for channel selection.

ಹಂಚಿಕೆಯ ಹಾದಿಯ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.