MCOM(P)03

Sl.No. : **Total No. of Pages : 3**

First Year M.Com. Degree Examination, May - 2026
(SLM Scheme, Non-CBCS)
COMMERCE
Course-III : Marketing Management

Time : 3 Hours **Max. Marks : 80**

PART-A

ಭಾಗ–ಎ

Answer any four questions. Each question carries five marks. **[4×5=20]**

ಯಾವುದಾದರೂ ನಾಲ್ಕು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ಪ್ರತಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಐದು ಅಂಕಗಳು.

Q1) What are the benefits of Market Scanning?

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸ್ಕ್ಯಾನಿಂಗ್‌ನ ಉಪಯೋಗಗಳಾವುವು?

Q2) Define Marketing Environment.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪರಿಸರವನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ.

Q3) Explain the Concept of Consumer Behaviour.

ಗ್ರಾಹಕರ ನಡವಳಿಕೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

Q4) What do you mean by product? How it is different from service?

ಉತ್ಪನ್ನ ಎಂದರೇನು? ಉತ್ಪನ್ನ ಸೇವೆಯಿಂದ ಹೇಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ.

Q5) Explain briefly the various components of promotion.

ಪ್ರವರ್ತನೆ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.

Q6) Define Cognitive dissonance.

ಅರಿವಿನ ಅಪ ಶ್ರುತಿಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ.

PART-B

ಭಾಗ–ಬಿ

Answer any three questions. Each question carries ten marks. **[3×10=30]**

ಯಾವುದಾದರೂ ಮೂರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ಪ್ರತಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಹತ್ತು ಅಂಕಗಳು.

Q7) Explain the different concepts of Marketing.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವಿವಿಧ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

Q8) Describe the channels of distribution.

ವಿತರಣೆಯ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ.

Q9) What are the bases for market segmentation? Explain.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಭಜನೆಯ ಆಧಾರಗಳಾವುವು? ವಿವರಿಸಿ.

*Q10)*Differentiate between branding and packaging.

ಪೊಟ್ಟಣ ಕಟ್ಟುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಚಿಹ್ನೆಧಾರಣೆಯ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳಾವುವು?

*Q11)*Discuss the components of Marketing Mix.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಿಶ್ರಣದ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.

PART-C
ಭಾಗ–ಸಿ

Answer any two questions. Each question carries fifteen marks. **[2×15=30]**
ಯಾವುದಾದರೂ ಎರಡು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ. ಪ್ರತಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಹದಿನೈದು ಅಂಕಗಳು.

Q12) Discuss the concept of a new product. Examine the various stages of new product development taking a product of your choice.
ಹೊಸ ವಸ್ತುವಿನ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ ಒಂದು ವಸ್ತುವನ್ನ ತೆಗೆದುಕೊಂಡು ಹೊಸ ವಸ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ.

Q13) Discuss the various stages in the buying decision process of Consumers.

ಅನುಭೋಗಿಯ ಖರೀದಿ ನಿರ್ಧಾರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.

Q14) Explain the importance and objectives of pricing.

ಬೆಲೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸುವ ಮಹತ್ವ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.

Q15) Define Marketing Research. Explain the techniques of Marketing Research.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆಯ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

● ● ●