

मास्टर ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन (MBA)/ मास्टर ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन (ऑनलाइन) MBA(OL)/ मास्टर ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन (बैंकिंग और फाइनेंस) (MBF)/ मास्टर ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन (फाइनेंशियल मैनेजमेंट) (MBAFM)/ मास्टर ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन (ह्यूमन रिसोर्स मैनेजमेंट) (MBAHM)/ मास्टर ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन (मार्केटिंग मैनेजमेंट) (MBAMM) मास्टर ऑफ बिजनेस एडमिनिस्ट्रेशन (ऑपरेशन्स मैनेजमेंट) (MBAOM)/ पोस्ट ग्रेजुएट डिप्लोमा इन मार्केटिंग मैनेजमेंट (PGDIMM)/ पोस्ट ग्रेजुएट डिप्लोमा इन सर्विस मैनेजमेंट (PGDISM)

सत्रीय कार्य
2026-2027

जुलाई 2026 और जनवरी 2027 सत्र

एमएमपीसी -006: विपणन प्रबंधन

(सत्रीय कार्य को जमा करने के लिए जुलाई 2026 सत्र के लिए अंतिम तिथि 31 अक्टूबर 2026 है और जनवरी 2027 के लिए 30 अप्रैल 2027 है)



प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
मैदान गढ़ी, नई दिल्ली -1100 68

अध्यापक जांच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	:	एमएमपीसी -006
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	विपणन प्रबंधन
सत्रीय कार्य का कोड	:	एमएमपीसी -006/टी. एम. ए./ जुलाई /2026-27

नोट: सभी प्रश्नों का उत्तर दीजिए तथा यह सत्रीय कार्य अपने अध्ययन केंद्र के समन्वयक को जमा कीजिए। जुलाई 2026 सत्र हेतु अंतिम तिथि 31 अक्टूबर 2026 तथा जनवरी 2027 सत्र हेतु 30 अप्रैल 2027 है।

1. समकालीन व्यावसायिक वातावरण में विपणन प्रबंधन के महत्व की चर्चा कीजिए तथा उपयुक्त उदाहरणों सहित स्पष्ट कीजिए कि कंपनियाँ बाजार विभाजन, लक्ष्यीकरण तथा स्थितिकरण (STP) रणनीतियों का उपयोग प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करने के लिए कैसे करती हैं।
2. ग्राहक सहभागिता एवं ब्रांड जागरूकता बढ़ाने में डिजिटल विपणन तथा सोशल मीडिया विपणन की भूमिका स्पष्ट कीजिए। भारत में संगठनों द्वारा उपयोग किए जाने वाले किसी दो डिजिटल विपणन साधनों की उपयुक्त उदाहरणों सहित चर्चा कीजिए।
3. ब्रांडिंग को परिभाषित कीजिए तथा एक सशक्त ब्रांड छवि के निर्माण के लिए उत्तरदायी प्रमुख कारकों की व्याख्या कीजिए। चर्चा कीजिए कि पैकेजिंग, प्रचार तथा ग्राहक अनुभव ब्रांड निष्ठा में किस प्रकार योगदान देते हैं।
4. ग्राहक को मूल्य प्रदान करने में मूल्य निर्धारण संबंधी निर्णय महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। विपणक द्वारा उपयोग की जाने वाली किसी दो मूल्य निर्धारण विधियों की व्याख्या कीजिए।
5. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए:
 - (क) क्रय निर्णय प्रक्रिया
 - (ख) उत्पाद जीवन चक्र (PLC)
 - (ग) एकीकृत विपणन संचार (IMC)
 - (घ) नैतिक विपणन प्रथाएँ