एम. कॉम
द्वितीय वर्ष

वाणिज्य में स्नातकोत्तर उपाधि

(एम. कॉम (पुराना)

द्वितीय वर्ष

सत्रीय कार्य

2026–2027

जुलाई 2026 तथा जनवरी 2027 प्रवेश सत्र के लिए

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

सत्रीय कार्य 2026–2027

प्रिय छात्र / छात्राओं,

जैसा कि कार्यक्रम दर्शिका में स्पष्ट किया गया है, इस कार्यक्रम में आपको प्रत्येक पाठ्यक्रम के लिए एक सत्रीय कार्य करना है। सभी सत्रीय कार्य आपको एक साथ भेजे जा रहे हैं।

अंतिम परीक्षा में सत्रीय कार्य के लिए 30 प्रति ात अंक निर्धारित हैं। सत्रांत परीक्षा में बैठने योग्य होने के लिए यह आवश्यक है कि समय सूची के अनुसार आप इन सत्रीय कार्यों को पूरा करके भेज दें। सत्रीय कार्य को करने से पहले आपको चाहिए कि कार्यक्रम दर्शिका में दिए गए निर्देशों को ध्यानपूर्वक पढ़ लें, जिसे आपके पास अलग से भेजा गया है।

यह सत्रीय कार्य दो प्रवेश सत्र अर्थात् **(जुलाई 2026 और जनवरी 2027)** के लिए वैध है, इसकी वैधता निम्नलिखित है :–

1. जो **जुलाई 2026** में पंजीकृत है उनकी वैधता **जून 2027** तक है।

2. जो **जनवरी 2027** में पंजीकृत है उनकी वैधता **दिसंबर 2027** है।

यदि आप जून सत्रांत परीक्षा में बैठना चाहते हैं तो इन्हें **15 मार्च** तक अवश्य जमा कर दें। यदि आप दिसम्बर सत्रांत परीक्षा में बैठना चाहते हैं तो आपके लिए आवश्यक है कि आप इन्हें **15 सितम्बर** तक अध्ययन केंद्र के संयोजक के पास जमा कर दें।

अध्यापक जाँच सत्रीय कार्य

पाठ्यक्रम का कोड	**:**	**एम. सी. ओ. -06**
पाठ्यक्रम का शीर्षक	**:**	**विपणन प्रबंध**
स्त्रीय कार्य का कोड	**:**	**एम. सी. ओ. -06/टी. एम. ए./ 2026-2027**
खण्डों की संख्या	**:**	**सभी खण्ड**

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

1. लॉजिस्टिक्स प्रबंधन में परिवहन के साधन के चयन को प्रभावित करने वाले प्रमुख कारकों की व्याख्या कीजिए। उत्पाद की विशेषताएँ परिवहन संबंधी निर्णयों को किस प्रकार प्रभावित करती हैं? अपने उत्तर को स्पष्ट करने के लिए शीतल पेय, कोयला, रेफ्रिजरेटर, औद्योगिक संयंत्र एवं मशीनरी तथा आलू के चिप्स के लिए उपयुक्त परिवहन साधनों का चयन उचित कारणों सहित कीजिए। (20)

2. (क) 'उत्पाद नवाचार' (Product Innovation) से आप क्या समझते हैं? कंपनियों को नए उत्पाद विकसित करने की आवश्यकता क्यों होती है, समझाइए। (20)

(ख) निम्नलिखित प्रत्येक अवस्था में कम-से-कम दो उत्पादों के उदाहरण दीजिए:

(i) परिचय अवस्था (Introductory Stage)

(ii) वृद्धि अवस्था (Growth Stage)

(iii) अवनति अवस्था (Decline Stage)

अपने चयन का कारण सहित व्याख्या कीजिए।

3. किसी बड़े व्यावसायिक संगठन के लिए उपयुक्त विभिन्न वितरण माध्यमों की चर्चा कीजिए। उत्पादों के विपणन में वितरण माध्यम किस प्रकार उपयोगी हैं? (20)

4. **निम्नलिखित में अंतर स्पष्ट कीजिए:** (4x5)

(क) मार्केट स्किमिंग मूल्य निर्धारण रणनीति तथा मार्केट पेनेट्रेशन मूल्य निर्धारण रणनीति

(ख) व्यष्टि खंडीकरण और सामूहिक व्यक्तिव्यक उत्पाद

(ग) संचयी छूट (Cumulative Discount) तथा गैर-संचयी छूट (Non-Cumulative Discount)

(घ) सूक्ष्म (Micro) एवं व्यापक (Macro) पर्यावरण

5. **निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:** (4x5)

(क) उपभोक्ता सेवा और लागत में कमी किसी विपणन लॉजिस्टिक्स की प्रभावी प्रणाली के दो माप हैं।

(ख) उत्पाद मिश्रण (Product Mix)

(ग) विपणन संप्रेषण (Marketing Communication)

(घ) ब्रांडिंग के लाभ और हानियाँ