

ए. एम. के. - 01

स्नातक उपाधि कार्यक्रम
(बी. डी. पी.)

सत्रीय कार्य

2020–2021

व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम
ए. एम. के. - 01: विपणन

जुलाई 2020 तथा जनवरी 2021 प्रवेश सत्र के लिए



प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ

इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय

मैदान गढ़ी, नई दिल्ली – 1100 68



प्रबंध अध्ययन विद्यापीठ
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय

व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम
ए. एम. के. - 01: विपणन
सत्रीय कार्य – 2020–2021

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 प्रतिशत 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 2020 और जनवरी 2021) के लिए वैध है, इसकी वैधता निम्नलिखित है :-

1. जो जुलाई 2020 में पंजीकृत है उनकी वैधता जून 2021 तक है।
2. जो जनवरी 2021 में पंजीकृत है उनकी वैधता दिसंबर 2021 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	:	ए. एम. के. -01
पाठ्यक्रम का शीर्षक	:	विपणन
सत्रीय कार्य का कोड	:	ए. एम. के. -01/टी. एम. ए./ 2020-2021
खण्डों की संख्या	:	सभी खण्ड

अधिकतम अंक : 100

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

1. विपणन मिश्रण क्या है? उदाहरण के साथ विपणन मिश्रण के घटकों को समझाइए। (20)
2. बाजार खंडीकरण क्या है? बाजार खंडीकरण के लिए आधार की जांच करें, विशेष रूप से औद्योगिक बाजार के लिए। (20)
3. निम्नलिखित पर नोट लिखें: (4X5)
 - (क) उत्पाद की नवरचनात्मकता
 - (ख) उत्पाद जीवन चक्र
 - (ग) उत्पादों और सेवाओं की कीमत को प्रभावित करने वाले कारक
 - (घ) प्रचार
4. निम्नलिखित में अंतर करें: (4X5)
 - (क) विपणन संकल्पना और सामाजिक संकल्पना
 - (ख) उपभोक्ता बाजार और संगठनात्मक बाजार
 - (ग) उत्पाद लाइन और उत्पाद मिश्रण
 - (घ) वितरण का प्रत्यक्ष चैनल और अप्रत्यक्ष चैनल
5. निम्नलिखित कथन पर संक्षेप में टिप्पणी करें: (4X5)
 - (क) एमआरटीपी अधिनियम का उद्देश्य आर्थिक शक्ति की एकाग्रता को नियंत्रित करना है।
 - (ख) उपभोक्ता व्यवहार सामाजिक कारकों जैसे कि संदर्भ समूह, परिवार, सामाजिक भूमिकाओं, सामाजिक स्थिति और राय के नेताओं से प्रभावित होता है।
 - (ग) एक विक्रेता मौजूदा उत्पाद लाइन या उत्पाद मिश्रण में एक नया उत्पाद जोड़कर उत्पाद विविधीकरण को अपनाता है।
 - (घ) बाजार में पेश किया गया हर उत्पाद सफल नहीं हो सकता है।