

04805

**BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME**

**Term-End Examination**

**December, 2016**

**(APPLICATION ORIENTED COURSE)**

**AMK-001 : MARKETING**

*Time : 2 hours*

*Maximum Marks : 50*

*Weightage : 70%*

- 
- Note :** (i) *Attempt any five questions.*  
(ii) *Each question carries equal marks.*
- 

1. What do you understand by marketing environment? Discuss the micro-environment of marketing. **4+6**
2. What is a product? Explain the classification scheme of a product with suitable examples. **3+7**
3. Explain the conditions under which skimming price and penetration price is preferred. **10**
4. Discuss the important functions performed by retailers in distribution of products. **10**

5. What is advertising ? Explain the factors that determine the choice of media in advertising. 3+7
6. What do you mean by branding ? Discuss the process of selecting a brand name. 4+6
7. What is the importance of market segmentation ? Discuss the bases of segmenting a consumer market, for following products : 4+6
- (a) Toothpaste (b) Automobiles.
8. Differentiate between the following : 5+5
- (a) Selling and marketing
- (b) Personal Selling and Sales Promotion
-

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा  
दिसम्बर, 2016

( व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम )

ए.एम.के.-001 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

कुल का : 70%

नोट : (i) कोई पाँच प्रश्न कीजिए।

(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. विपणन परिवेश से आप क्या समझते हैं? विपणन के व्यक्ति 4+6  
परिवेश का विवेचन कीजिए।
2. 'उत्पाद' क्या है? किसी उत्पाद के वर्गीकरण की योजना की 3+7  
समुचित उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए।
3. उन परिस्थितियों की व्याख्या कीजिए जिनके अंतर्गत 'बाजार 10  
मंथन मूल्य निर्धारण पद्धति' तथा 'बाजार पैठ मूल्य निर्धारण  
पद्धति' को प्राथमिकता दी जाती है।
4. उत्पादों के वितरण में फुटकर व्यापारियों द्वारा किए जाने वाले 10  
महत्वपूर्ण कार्यों (भूमिका) का विवेचन कीजिए।

5. विज्ञापन से क्या तात्पर्य है? उन कारकों की व्याख्या कीजिए जो विज्ञापन के माध्यम के चयन को निर्धारित करते हैं। 3+7
6. 'ब्रांडिंग' से आपका क्या तात्पर्य है? ब्रांड नाम के चयन की प्रक्रिया का विवेचन कीजिए। 4+6
7. 'बाजार खंडीकरण' का क्या महत्त्व है? (a) टुथपेस्ट, तथा (b) मोटर गाड़ियों के लिए उपभोक्ता बाजार के खंडीकरण के आधारों की व्याख्या कीजिए। 4+6
8. निम्नलिखित में अंतर बताइए : 5+5
- (a) विक्रय तथा विपणन
- (b) व्यक्तिगत विक्रय तथा विक्रय संवर्धन
-