

05704

BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME

Term-End Examination

December, 2018

(APPLICATION ORIENTED COURSE)

AMK-001 : MARKETING

Time : 2 hours

Maximum Marks : 50

Weightage : 70%

Note : *Attempt both Part-A and Part-B.*

PART - A

1. Distinguish between **any two** of the following : **5+5**
 - (a) Product line and product mix
 - (b) Marketing mix and promotion mix
 - (c) Resale price maintenance and price discrimination
 - (d) Selective distribution policy and exclusive distribution policy

2. Write short notes on **any two** of the following : **5+5**
 - (a) Communication process
 - (b) Reasons for the failure of new products
 - (c) Break-even analysis for target profit pricing
 - (d) Consumer buying process

PART - B

Attempt any three of the following questions :

3. What is product life cycle ? Explain 2+8
how-marketing mix changes during the different stages of product life cycle.

 4. Explain various types of discounts and allowances 10
given by the marketers to buyers.

 5. What role do intermediaries play in the 5+5
distribution of goods ? Can intermediaries be eliminated ? Explain.

 6. "No single medium of advertising is ideal in all 10
respects." Comment.

 7. You are the marketing manager of a company 10
producing washing machines and refrigerators
While developing marketing strategies for your
products, which environmental factors you will
take into account. Explain with examples.
-

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा

दिसंबर, 2018

(व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम)

ए.एम.के.-001 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

कुल का : 70%

नोट : खण्ड-अ और खण्ड-ब दोनों कीजिए।

खण्ड-अ

1. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** में अंतर बताइए : 5+5
 - (a) उत्पाद लाइन तथा उत्पाद मिश्रण
 - (b) विपणन मिश्र तथा संवर्धन मिश्र
 - (c) पुनर्विक्रय मूल्य अनुरक्षण तथा मूल्य विभेद
 - (d) चयनात्मक (Selective) वितरण नीति तथा एकाकी (exclusive) वितरण नीति

2. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए : 5+5
 - (a) संप्रेषण प्रक्रिया
 - (b) नए उत्पाद के असफल होने के कारण
 - (c) लक्षित लाभ मूल्य निर्धारण के लिए समविच्छेद विश्लेषण
 - (d) उपभोक्ता की क्रय प्रक्रिया

खण्ड - ब

निम्नलिखित में से **किन्हीं तीन** प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

3. उत्पाद जीवन-चक्र से क्या तात्पर्य है? व्याख्या कीजिए कि 2+8
उत्पाद जीवन चक्र की विभिन्न अवस्थाओं में विपणन मिश्र में
किस प्रकार के परिवर्तन होते हैं?
4. विपणनकर्त्ताओं द्वारा क्रेताओं को दी जाने वाली विभिन्न प्रकार 10
की छूटों व रियायतों की व्याख्या कीजिए।
5. उत्पादों के वितरण में मध्यस्थों की क्या भूमिका होती है? क्या 5+5
मध्यस्थों का बहिष्कार संभव है? व्याख्या कीजिए।
6. “विज्ञापन का कोई भी माध्यम अपने आप में संपूर्ण नहीं है।” 10
इस कथन पर टिप्पणी (Comment) कीजिए।
7. आप एक धुलाई मशीनें एवं रेफ्रिजरेटर बनाने वाली कंपनी के 10
विपणन प्रबंधक हैं। अपने उत्पादों के लिए विपणन रणनीतियां
बनाते समय आप किन पर्यावरण कारकों को ध्यान में रखेंगे?
उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए।