

BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME

Term-End Examination

June, 2017

00193

(APPLICATION ORIENTED COURSE)

AMK-001(S) : MARKETING

Time : 2 hours

Maximum Marks : 50

(Weightage : 70%)

Note : Attempt both Part A and Part B. All questions carry equal marks.

PART A

1. Distinguish between any *two* of the following : 5+5
 - (a) Market concept and Marketing concept
 - (b) Family branding and Individual branding
 - (c) Quantity discount and Cash discount
 - (d) Intensive distribution and Exclusive distribution

2. Write short notes on any *two* of the following : 5+5
 - (a) Product Life Cycle
 - (b) Resale Price Maintenance
 - (c) Total Systems Approach in Physical Distribution
 - (d) Trade Promotion Tools as part of Sales Promotion

PART B

Attempt any **three** of the following questions :

3. Explain the various product mix and product line strategies normally adopted by marketers. 10
 4. State the factors one should keep in mind while determining the basic price of a product and briefly explain each one of them. 10
 5. "Channels of distribution are different for different products." Explain with examples and state the reasons thereof. 6+4
 6. "No single medium of advertising is ideal in all respects." Comment. 10
 7. Explain the consumer buying process. 10
-

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा

जून, 2017

(व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम)

ए.एम.के.-001(S) : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

(कुल का : 70%)

नोट : खण्ड अ तथा खण्ड ब दोनों कीजिए । सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

खण्ड अ

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अन्तर बताइए : 5+5
 - (क) बाज़ार संकल्पना तथा विपणन संकल्पना
 - (ख) पारिवारिक ब्रांड निर्धारण तथा व्यक्तिगत ब्रांड निर्धारण
 - (ग) परिमाण छूट तथा नकद छूट
 - (घ) गहन वितरण तथा अनन्य (एकाकी) वितरण
2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 5+5
 - (क) उत्पाद जीवन-चक्र
 - (ख) पुनर्विक्रय मूल्य अनुरक्षण
 - (ग) भौतिक वितरण का कुल प्रणाली उपागम
 - (घ) विक्रय संवर्धन के भाग के रूप में व्यापार संवर्धन उपाय

खण्ड ब

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

3. विपणनकर्ताओं द्वारा सामान्यतया अपनाई जाने वाली विभिन्न उत्पाद मिश्रण तथा उत्पाद लाइन युक्तियों की व्याख्या कीजिए । 10
4. किसी उत्पाद की मूलभूत क्रीमत का निर्धारण करते समय ध्यान में रखे जाने वाले घटकों (कारकों) का उल्लेख कीजिए तथा प्रत्येक की संक्षेप में व्याख्या कीजिए । 10
5. “विभिन्न उत्पादों के लिए विभिन्न वितरण माध्यमों का उपयोग किया जाता है ।” उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए तथा इसके कारणों का भी उल्लेख कीजिए । 6+4
6. “विज्ञापन का कोई भी एक माध्यम अपने आप में सब तरह से आदर्श नहीं होता है ।” आलोचना कीजिए । 10
7. उपभोक्ता क्रय निर्णय की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए । 10