

524912

No. of Printed Pages : 4

AMK-001

BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME

Term-End Examination

June, 2019

(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) Shopping goods and speciality goods
- (b) Product concept and production concept of marketing mix
- (c) Going rate pricing and perceived value pricing
- (d) Advertising and publicity

2. Write short notes on any *two* of the following :

5 + 5

- (a) Intensity of distribution

(A-16) P. T. O.

- (b) Product diversification
- (c) Bargain and deceptive pricing
- (d) Marketing environment in India

Part-B

Attempt any *three* of the following questions :

3. Discuss various product mix and product line strategies as adopted by marketers. 10
4. Explain the basic methods of price determination by the marketers. 10
5. Channels of distribution are different for different products. Explain with examples. 10
6. Explain the factors you take into account while deciding the promotion mix for your product. 10
7. You are the marketing manager of a ready-made garments manufacturing concern. Among the three strategies of segmentation viz., undifferentiated marketing, differentiated marketing and concentrated marketing, which of the strategies you prefer ? Also give reasons for your choice. 10

ए. एम. के.-001

स्नातक उपाधि कार्यक्रम (बी. डी. पी.)

सत्रांत परीक्षा

जून, 2019

(व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम)

ए. एम. के.-001 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

भारिता : 70%

नोट : खण्ड-अ तथा खण्ड-ब दोनों कीजिए।

खण्ड-अ

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अन्तर बताइए : 5+5
 - (क) शॉपिंग वस्तुएँ तथा विशिष्ट वस्तुएँ
 - (ख) विपणन मिश्र की उत्पाद अवधारणा तथा उत्पादन अवधारणा
 - (ग) चालू दर मूल्य निर्धारण तथा अनुभूत उपयोगिता मूल्य निर्धारण
 - (घ) विज्ञापन तथा प्रचार
2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 5+5
 - (क) वितरण की गहनता (Intensity)
 - (ख) उत्पाद विविधीकरण (Diversification)

(ग) मोल-भाव (Bargain) एवं प्रवचक
(Deceptive) मूल्य निर्धारण

(घ) भारत में विपणन परिवेश

खण्ड—ब

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

3. विपणनकर्त्ताओं द्वारा अपनायी जाने वाली विभिन्न उत्पाद मिश्रण तथा उत्पाद लाइन युक्तियों (Strategies) का विवेचन कीजिए। 10
4. विपणनकर्त्ताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली मूल्य निर्धारण की विभिन्न विधियों की व्याख्या कीजिए। 10
5. विभिन्न उत्पादों के लिए विभिन्न वितरण माध्यमों का उपयोग किया जाता है। उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 10
6. अपने उत्पाद के संवर्धन मिश्रण (Promotion mix) का निर्णय लेते समय आप किन कारकों को ध्यान में रखते हैं ? व्याख्या कीजिए।
7. आप एक तैयार कपड़ों (readymade garments) का निर्माण करने वाली संस्था के विपणन प्रबंधक हैं। बाजार खंडीकरण की तीन कार्यपद्धतियों अविभेदित विपणन, विभेदित विपणन तथा सकेंद्रित विपणन में से आप किसे प्राथमिकता प्रदान करेंगे ? कारणों सहित व्याख्या कीजिए। 10

AMK-001

7,000

(A-16)