

No. of Printed Pages : 6

AMK-1

**BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME
(BDP)**

Term-End Examination

June, 2022

(Application Oriented Course)

AMK-1 : MARKETING

Time : 2 Hours

Maximum Marks : 50

Weightage : 70%

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

Part-A

Note : Attempt both the questions.

1. Differentiate between any **two** of the following :

5+5

- (a) Consumer market and organiational market
- (b) Buyer and user
- (c) Product mix and product line
- (d) Durable goods and non-durable goods

P. T. O.

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

5+5

- (a) Consumer buying process
- (b) Product diversification
- (c) Advantages of branding
- (d) Pricing a new product

Part—B

Note : Attempt any *three* questions from the following.

3. State the importance of marketing and explain various government regulations which affect marketing environment in India. 3+7
4. What is 'consumer behaviour' ? Explain the various factors influencing the consumer behaviour. 4+6

5. What do you mean by a 'product' ? Explain how is the classification of products helpful to a marketer. 2+8

6. Explain the term 'Pricing'. Mention its objectives for a business. 4+6

7. Explain the meaning of wholesaler. How does it influence the choice of the channel of distribution for a business unit ? Explain with example. 4+6

AMK-1

स्नातक उपाधि कार्यक्रम (बी. डी. पी.)

सत्रांत परीक्षा

जून, 2022

(व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम)

ए.एम.के.-1 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

भारिता : 70%

नोट : खण्ड 'अ' तथा खण्ड 'ब' दोनों कीजिए।

खण्ड—अ

नोट : दोनों प्रश्नों के उत्तर लिखिए।

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अन्तर बताइए : 5+5

(क) उपभोक्ता बाजार तथा संगठनात्मक बाजार

(ख) क्रेता तथा उपयोगकर्ता

(ग) उत्पाद मिश्रण तथा उत्पाद लाइन

(घ) टिकाऊ तथा गैर-टिकाऊ वस्तुएँ

2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 5+5

(क) उपभोक्ता क्रय प्रक्रिया

(ख) उत्पाद विविधीकरण (diversification)

(ग) ब्रांड निर्धारण के लाभ

(घ) नये उत्पाद का मूल्य निर्धारण

खण्ड—ब

नोट : निम्नलिखित में से किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

3. विपणन के महत्त्व की व्याख्या कीजिए तथा भारत में विपणन परिवेश को प्रभावित करने वाले विभिन्न सरकारी नियमों का उल्लेख कीजिए। 3+7

4. 'उपभोक्ता व्यवहार' से क्या तात्पर्य है ? उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए। 4+6

5. 'उत्पाद' का क्या अर्थ है ? उत्पादों का वर्गीकरण विपणनकर्ता को क्या सहायता प्रदान करता है, व्याख्या कीजिए। 2+8

6. 'मूल्य निर्धारण' से क्या तात्पर्य है ? व्यवसाय के लिए इसके उद्देश्यों का उल्लेख कीजिए। 4+6
7. 'थोक व्यापारी' के अर्थ की व्याख्या कीजिए। एक व्यावसायिक इकाई के लिए वितरण माध्यम के निर्णय को यह किस प्रकार प्रभावित करता है ? उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। 4+6