

No. of Printed Pages : 4

AMK-01

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

Term-End Examination

June, 2024

AMK-01 : MARKETING

Time : 2 Hours

Maximum Marks : 50

Note : Attempt both Part A and Part B.

Part—A

1. Distinguish between any **two** of the following : 2×5=10
 - (a) Profit maximization pricing and Sales maximization pricing
 - (b) Product line and Product mix
 - (c) Advertising and Personal selling
 - (d) Wholesaler and Retailer

2. Write short notes on any **two** of the following : 2×5=10
 - (a) Discount and Allowances

P. T. O.

- (b) Consumer Behavior
- (c) Promotion Mix
- (d) Product Line

Part—B

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

3. What is the relevance of understanding environment in marketing ? 10
4. Explain the concept of marketing mix during different stages of the product life cycle. 10
5. Explain the concept of price discrimination, with reference to Competition Act. 10
6. What is publicity ? Explain various tools of publicity. 10
7. Channels of distribution are different for different products. Why ? Explain with examples. 10

AMK-01

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

(बी. डी. पी.)

सत्रांत परीक्षा

जून, 2024

ए.एम.के.-01 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

नोट : दोनों खण्डों (खण्ड 'अ' और खण्ड 'ब') के उत्तर दीजिए।

खण्ड—अ

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अन्तर स्पष्ट कीजिए :

2×5=10

(अ) लाभ अधिकतम मूल्य निर्धारण तथा विक्रय
अधिकतम मूल्य निर्धारण

(ब) उत्पाद शृंखला तथा उत्पाद मिश्रण

(स) विज्ञापन और व्यक्तिगत विक्रय

(द) थोक व्यापारी और फुटकर व्यापारी

2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 2×5=10
- (अ) छूट तथा रियायतें
- (ब) उपभोक्ता व्यवहार
- (स) संवर्धन मिश्रण
- (द) उत्पाद शृंखला

खण्ड—ब

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

3. विपणन में परिवेश को समझने का क्या औचित्य है ? 10
4. उत्पाद जीवन चक्र की विभिन्न अवस्थाओं के दौरान विपणन मिश्रण की अवधारणा की व्याख्या कीजिए। 10
5. प्रतिस्पर्धा अधिनियम के संदर्भ में मूल्य विभेद की अवधारणा को समझाइए। 10
6. प्रचार क्या है ? प्रचार के विभिन्न साधनों के बारे में समझाइए। 10
7. विभिन्न उत्पादों के लिए भिन्न-भिन्न वितरण माध्यम होते हैं। क्यों ? उदाहरण सहित समझाइए। 10