

BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME

Term-End Examination

December, 2013

(APPLICATION ORIENTED COURSE)

AMK-1 : MARKETING

Time : 2 hours

Maximum Marks : 50

Weightage : 70%

Note : Attempt both part A and part B.

PART-A

Attempt *both* the questions.

5+5

1. Distinguish between any two of the following :

- (a) Consumer and customer
- (b) Family branding and individual branding
- (c) Cash discount and Quantity discount
- (d) Functional middlemen and merchant middlemen

2. Write short notes on any two of the following : 5+5

- (a) Outdoor advertising
- (b) Direct marketing
- (c) Break-even analysis
- (d) Consumer buying process

PART-B

Attempt *any three* of the following :

3. "Compared with consumer markets, organisational markets have distinctive features and pose different challenges to the marketers". Discuss. 10

4. State the steps involved in the new product development and explain them briefly. 2+8

5. Describe different strategies for pricing a new product. State the conditions under which each of them is suitable. 5+5

6. What do you mean by physical distribution? What are the objectives of an efficient physical distribution. 3+7

7. What factors do you take into account while deciding about the promotion mix for your product? Explain them briefly. 10

8. (a) "Publicity always has positive impact on the company sales." Comment. 5+5
(b) Briefly explain the factors influencing consumer behaviour.

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2013

(व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम)

ए.एम.के.-1 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

कुल का : 70%

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

खण्ड-अ

दोनों प्रश्नों के उत्तर दीजिये।

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अन्तर स्पष्ट कीजिए : 5+5
 - (a) उपभोक्ता और ग्राहक
 - (b) पारिवारिक ब्रांडिंग और अलग-अलग (individual) ब्रांडिंग
 - (c) नकद छूट और परिमाण छूट
 - (d) कार्यकारी मध्यस्थ और व्यापारी मध्यस्थ
2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त नोट लिखिए : 5+5
 - (a) बाह्य विज्ञापन (Outdoor advertising)
 - (b) प्रत्यक्ष विपणन
 - (c) सम-विच्छेद विश्लेषण
 - (d) उपभोक्ता क्रय प्रक्रिया

खण्ड-ब

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिये।

3. “उपभोक्ता बाज़ार की तुलना में संगठनात्मक बाज़ार की कुछ 10 विशिष्ट विशेषतायें हैं और संगठनात्मक बाज़ार, विपणनकर्ताओं को भिन्न चुनौतियाँ देती हैं।” व्याख्या कीजिए।
4. नये उत्पाद विकास में होने वाले विभिन्न चरण बताइये और 2+8 उनकी संक्षिप्त व्याख्या कीजिये।
5. एक नये उत्पाद के कीमत निर्धारण की विभिन्न युक्तियाँ बताइये। 5+5 उन परिस्थितियों की व्याख्या कीजिये जिनमें ये युक्तियाँ उपयुक्त हैं।
6. भौतिक वितरण से आप क्या समझते हैं? एक कुशल भौतिक 3+7 वितरण के क्या उद्देश्य हैं?
7. अपने उत्पाद के संवर्धन मिश्रण को सुनिश्चित करने के लिए 10 आप किन कारकों का ध्यान रखेंगे? उनकी संक्षिप्त व्याख्या कीजिये।
8. (a) “कम्पनी के विक्रय पर प्रचार का सदैव ही सकारात्मक 5+5 प्रभाव होता है।” विवेचना कीजिए।
(b) उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों की संक्षिप्त व्याख्या कीजिये।