

**BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME**

**Term-End Examination**

**December, 2012**

**(APPLICATION ORIENTED COURSE)**

**AMK-1 : MARKETING**

*Time : 2 hours*

*Maximum Marks : 50*

*Weightage : 70%*

---

**PART - A**

*Attempt both the questions.*

1. (a) Discuss creation and monitoring of marketing mix as a central function of marketing. 5
- (b) Explain business legislations which affect marketing decision in India. 5
2. (a) Compare and contrast consumer market and organisational market. 4
- (b) Distinguish between customer and consumer. 3
- (c) What are product width decisions ? 3

## PART - B

Attempt *any three* questions.

- |    |     |   |   |
|----|-----|---|---|
| 3. | (a) | Distinguish between Advertising and Publicity.                                  | 5 |
|    | (b) | Discuss why introductory stage of PLC is most critical stage.                   | 5 |
| 4. | (a) | Define and distinguish between brand name and trade mark.                       | 5 |
|    | (b) | How do you ensure cost effectiveness in packaging ?                             | 5 |
| 5. | (a) | How do you achieve profit maximisation through pricing decisions ?              | 5 |
|    | (b) | Discuss present relevance of uniform delivered pricing strategy.                | 5 |
| 6. | (a) | Describe briefly price discrimination.  | 5 |
|    | (b) | What are the various functions of wholesalers ?                                 | 5 |
| 7. | (a) | Discuss various contacts when the manufacturers contact the customers directly. | 5 |
|    | (b) | Discuss impact of automatic vending machines on organisational retailing.       | 5 |
| 8. | (a) | How do you apply total system approach to physical distribution mix decisions ? | 5 |
|    | (b) | Discuss role of various media involved in advertising.                          | 5 |

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2012

( व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम )

ए.एम.के.-1 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

भारिता : 70%

खण्ड - अ

दोनों प्रश्नों के उत्तर दीजिये।

1. (a) विपणन मिश्रण को बनाना (सृजन करना) और उसकी 5  
निगरानी करना, विपणन का केन्द्रीय कार्य (central  
function) हैं। व्याख्या कीजिये।
- (b) व्यवसाय विधान (business legislation), जो भारत 5  
में विपणन नीतियों को प्रभावित करते हैं, उनको समझाइये।
2. (a) उपभोक्ता बाजार एवं संगठनात्मक बाजार की तुलना 4  
कीजिये एवं विषमता बताइये।
- (b) उपभोक्ता और ग्राहक में अन्तर बताइये। 3
- (c) उत्पाद विस्तार निर्णय क्या हैं? 3

खण्ड - ब

किन्हीं तीन (3) प्रश्नों के उत्तर दीजिये।

3. (a) विज्ञापन और प्रचार में अन्तर बताइये। 5  
(b) उत्पाद जीवन चक्र में प्रस्तुतीकरण अवस्था सबसे महत्वपूर्ण अथवा समालोचनात्मक क्यों है? विवेचना कीजिये। 5
4. (a) ब्रांड नाम एवं ट्रेड मार्क की परिभाषा दीजिये एवं उनमें अन्तर स्पष्ट कीजिये। 5  
(b) आप डिब्बाबंदी में लागत प्रभाविकता कैसे सुनिश्चित करेंगे? 5
5. (a) आप मूल्य निर्णयन (निर्धारण) से लाभ को कैसे अधिकतम करेंगे? 5  
(b) एकसमान सुपुर्दगी मूल्य निर्धारण युक्ति की वर्तमान में क्या प्रासंगिकता है? विवेचना कीजिये। 5
6. (a) मूल्य विभेदन की संक्षिप्त व्याख्या कीजिये। 5  
(b) थोक विक्रेताओं के विभिन्न कार्य क्या हैं? 5
7. (a) जब निर्माता उपभोक्ता को प्रत्यक्ष रूप से संपर्क करता है तो वह कौन से विभिन्न माध्यमों का उपयोग करता है? विवेचना कीजिये। 5  
(b) स्वचालित विक्रय मशीन का संगठनात्मक फुटकर बिक्री संपर्क (organisational retailing) पर क्या प्रभाव होता है? विवेचना कीजिये। 5
8. (a) भौतिक वितरण मिश्रण में कुल प्रणाली अवधारण को आप कैसे लागू करेंगे? 5  
(b) विज्ञापन में शामिल होने वाले विभिन्न माध्यमों की विवेचना कीजिये। 5