

No. of Printed Pages : 6

**AMK-01**

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

**Term-End Examination**

**June, 2021**

**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 : 5+5
  - (a) Buyer and User in marketing perspective
  - (b) Family Brand and Individual Brand
  - (c) Advertising and Publicity
  - (d) Selective distribution and Exclusive distribution

**P. T. O.**

[ 2 ]

**AMK-01**

2. Write short notes on any *two* of the following : 5+5
  - (a) Marketing mix
  - (b) Product diversification
  - (c) Break-even analysis for target-profit pricing
  - (d) Total cost approach to physical distribution

**Part-B**

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

3. State the difference between consumer market and organisational market. Describe any *five* features of the organisational market. 5+5
4. Explain the major steps involved in new product development. 10
5. "Geographic considerations are important in pricing when the customers are spread widely

[ 3 ]

AMK-01

throughout the country.” In the light of this statement, discuss various geographic pricing strategies used in marketing. 10

6. Explain the role played by the intermediaries in the distribution of products. 10
7. What are the various factors you will take into consideration while deciding the promotional mix for your product ? Explain them briefly. 10

[ 4 ]

AMK-01

ए.एम.के.-01

स्नातक उपाधि कार्यक्रम ( BDP )

सत्रांत परीक्षा

जून, 2021

ए.एम.के.-01 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

नोट : खण्ड 'अ' तथा खण्ड 'ब' दोनों के उत्तर दीजिए।

खण्ड—अ

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

(अ) विपणन परिप्रेक्ष्य में क्रेता तथा उपयोगकर्ता

(ब) पारिवारिक ब्रांड तथा व्यक्तिगत ब्रांड

(स) विज्ञापन तथा प्रचार

(द) चयनात्मक वितरण तथा एकाकी वितरण

P. T. O.

[ 5 ]

AMK-01

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

5+5

(अ) विपणन मिश्र

(ब) उत्पाद विविधीकरण

(स) लक्ष्य-लाभ मूल्य निर्धारण हेतु सम-विच्छेद विश्लेषण

(द) भौतिक वितरण की कुल लागत अवधारणा

### खण्ड—ब

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

3. उपभोक्ता बाजार तथा संगठनात्मक बाजार में अन्तर का उल्लेख कीजिए। संगठनात्मक बाजार की किन्हीं पाँच विशेषताओं का भी वर्णन कीजिए।

5+5

[ 6 ]

AMK-01

4. नए उत्पाद के विकास में निहित मुख्य अवस्थाओं की व्याख्या कीजिए।

10

5. “मूल्य निर्धारण में भौगोलिक कारकों का महत्व उस स्थिति में अधिक होता है जब ग्राहक समस्त देश में स्थित हों।” इस कथन के प्रकाश में विपणन में उपयोग की जाने वाली विभिन्न रणनीतियों का विवेचन कीजिए।

10

6. उत्पादों के वितरण में मध्यस्थों (बिचौलियों) की भूमिका की व्याख्या कीजिए।

10

7. अपने उत्पाद के संवर्धन मिश्रण का निर्णय लेते समय किन विभिन्न कारकों को ध्यान में रखेंगे ? विवेचन कीजिए।

10

AMK-01

P. T. O.