No. of Printed Pages : 4

AMK-1

02498

BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME

Term-End Examination

December, 2010

(APPLICATION ORIENTED COURSE)

AMK-1 : MARKETING

Time : 2 hours *Maximum Marks : 50*

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

PART - A

Attempt both the questions. Attempt ***any two*** of the following : **5,5**

1. (a) How does personal selling add customer value ?
   (b) How do the manufacturs manage the intensity of distribution in India ?
   (c) When is unit pricing considered suitable ?
   (d) How would you plan diversification performance for the firm ?

2. Distinguish between ***any two*** of the following : **5,5**
   (a) Organisational consumer and personal consumer.
   (b) Packing and packaging.
   (c) Market skimming price and market penetration price.
   (d) Departmental stores and Super markets.

PART - B

Attempt *any three* of the following questions .

3. What is communication process in the context of marketing ? Explain the major steps involved in communication process. **3,7**

4. What do you understand by retailing ? What important functions do the retailers perform in the distribution of products ? **3,7**

5. What are major merits and demerits of cost-plus pricing method ? When is this method preferred over other options ? **6,4**

6. What do you mean by product life cycle ? State the strategies normally adopted at different stages of the PLC. **2,8**

7. "Economic basis for segmentation is the most appropriate method". Comment and explain the other demographic bases of segmentating the Consumer market. **4,6**

8. How does advertising differ from publicity ? Explain the various tools used for publicity. **5,5**

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2010

(व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम)

ए.एम.के.-1 : विपणन

समय : 2 घण्टे *अधिकतम अंक : 50*

नोट : भाग **क** तथा भाग **ख** दोनों कीजिए।

भाग - क

दोनों प्रश्नों के उत्तर लिखिए।

1. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** प्रश्नों के उत्तर लिखिए : 5,5

   (a) व्यक्तिगत विक्रय ग्राहक मूल्य में वृद्धि करता है।

   (b) विनिर्माता भारत में वितरण की गहनता का प्रबंध किस प्रकार करते हैं?

   (c) इकाई मूल्य निर्धारण (unit pricing) विधि कब उचित मानी जाती है?

   (d) आप एक फर्म के लिए विविधीकरण निष्पादन कैसे आयोजित करेंगे?

2. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** में अंतर बताइए : 5,5

   (a) संगठनात्मक उपभोक्ता तथा व्यक्तिगत उपभोक्ता

   (b) पैकिंग तथा पैकेजिंग

   (c) बाजार मंथन मूल्य तथा बाजार पैठ मूल्य

   (d) विभागीय भंडार तथा सुपर मार्केट

भाग – ख

निम्नलिखित में से **किन्हीं तीन** प्रश्नों के उत्तर लिखिए।

3. विपणन के संदर्भ में संप्रेषण प्रक्रिया से क्या तात्पर्य है? संप्रेषण प्रक्रिया के विभिन्न सोपानों (steps) की व्याख्या कीजिए। 3,7

4. फुटकर व्यापार से आप क्या समझते हैं? उत्पादों के वितरण में फुटकर विक्रेता कौन से महत्त्वपूर्ण कार्य निष्पादित करते हैं? व्याख्या कीजिए। 3,7

5. लागतोपरि मूल्य निर्धारण (cost-plus pricing) के मुख्य गुण एवं दोष क्या हैं? इस विधि को अन्य विधियों के मुकाबले कब प्राथमिकता दी जाती है? 6,4

6. उत्पाद जीवन चक्र से क्या तात्पर्य है? उत्पाद जीवन चक्र की विभिन्न अवस्थाओं में अपनाई जाने वाली युक्तियों का उल्लेख कीजिए। 2,8

7. "खंडीकरण का आर्थिक आधार ही सर्वोचित माना जाता है।" समालोचना कीजिए तथा उपभोक्ता बाजार के खंडीकरण के अन्य जनसांख्यिकीय आधारों की व्याख्या कीजिए। 4,6

8. विज्ञापन, प्रचार से किस प्रकार भिन्न है? प्रचार के लिए उपयोग किए जाने वाले मुख्य साधनों की व्याख्या कीजिए। 5,5