

**BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME**

**Term-End Examination**

**June, 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.*

1. Write short notes on *any two* of the following : 5+5
  - (a) Evolution of marketing
  - (b) Management of product line
  - (c) Relevance of freight absorption pricing
  - (d) Problems of warehouse location
  
2. Distinguish between *any two* of the following : 5+5
  - (a) Promotion and sales promotion
  - (b) Functional middlemen and merchant middlemen
  - (c) Perceived-value pricing and going rate pricing
  - (d) Growth stage of PLC and maturity stage of PLC

## PART - B

Attempt *any three* of the following :

3. Explain the major bases for segmenting the consumer markets ? Why is such segmentation necessary ? **8+2**
4. Is branding necessary ? State its positive and negative effects. **2+8**
5. How are prices in India regulated ? How for various legal provisions in India have been successful in this regard ? **4+6**
6. What are the channels of distribution used for consumer goods ? State the various factors that influence the choice of a channel. **4+6**
7. What is the relevance of AIDA theory ? How is it superior to 'right set of circumstances theory' ? **5+5**
8. "Advertising is wasteful". Do you agree ? State your arguments in favour of your view. **10**

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा

जून, 2010

( व्यवहारमूलक पाठ्यक्रम )

ए.एम.के.-1 : विपणन

समय : 2 घण्टे

अधिकतम अंक : 50

नोट : भाग - क तथा भाग - ख दोनों के उत्तर लिखिए।

भाग - क

दोनों प्रश्नों के उत्तर लिखिए।

1. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए : 5+5
  - (a) विपणन का विकास
  - (b) उत्पाद लाइन का प्रबंध
  - (c) भाड़ा विलयन मूल्य निर्धारण की प्रासंगिकता
  - (d) भंडार - गृहों की स्थिति संबंधी समस्याएं
  
2. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** में अंतर बताइए : 5+5
  - (a) संवर्धन तथा विक्रय संवर्धन
  - (b) कार्यकारी मध्यस्थ तथा व्यापारी मध्यस्थ
  - (c) अनुभूत उपयोगिता मूल्य-निर्धारण तथा चालू दर मूल्य निर्धारण
  - (d) उत्पाद जीवन चक्र की विकास अवस्था (growth stage) तथा परिपक्वता अवस्था (maturity stage)

## भाग - ख

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

3. उपभोक्ता बाजार के खंडीकरण के मुख्य आधारों की व्याख्या 8+2  
कीजिए। ऐसा खंडीकरण क्यों आवश्यक है?
4. क्या ब्रांड निर्धारण आवश्यक है? इसके सकारात्मक तथा 2+8  
नकारात्मक प्रभावों का उल्लेख कीजिए।
5. भारत में कीमतों का विनियमन कैसे किया जाता है? इस संदर्भ 4+6  
में भारत के विभिन्न वैधानिक प्रावधान कहां तक सफल रहे हैं?  
व्याख्या कीजिए।
6. उपभोक्ता वस्तुओं के वितरण के माध्यम कौन से हैं? वितरण 4+6  
के माध्यमों के चयन को प्रभावित करने वाले विभिन्न घटकों का  
उल्लेख कीजिए।
7. ए.आई.डी.ए. सिद्धांत (AIDA Theory) की क्या प्रासंगिकता 5+5  
है? यह 'सही स्थितियों के सिद्धांत' से किस प्रकार बेहतर है?  
व्याख्या कीजिए।
8. "विज्ञापन साधनों का अपव्यय मात्र है।" क्या आप इस कथन 10  
से सहमत हैं? अपने मत के पक्ष में आवश्यक तर्क भी प्रस्तुत  
कीजिए।