

BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME

Term-End Examination

June, 2011

(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. Distinguish between *any two* of the following : **5+5**
 - (a) Production concept and product concept of marketing.
 - (b) Speciality goods and shopping goods.
 - (c) Fixed price and Variable price.
 - (d) Intensive distribution and Exclusive distribution.

2. Write short notes on *any two* of the following : **5+5**
 - (a) Market segmentation.
 - (b) Reasons for the failure of new products in the market.
 - (c) Total cost approach of physical distribution.
 - (d) Ways of generating publicity.

PART - B

Attempt *any three* of the following questions.

3. A consumer wants to buy a laptop computer. **10**
Explain the buying process he would follow for the purpose.
4. Explain the concept of product diversification and state its advantages in marketing. Also explain briefly the different product diversification strategies. **5+5**
5. As a marketing executive you would like to charge different price to customers located in different geographic locations. Discuss various geographic pricing strategies considered suitable in this context. **10**
6. Explain briefly the various tasks performed by an efficient physical distribution system. **10**
7. What is sales promotion ? Discuss major sales promotion tools adopted by marketers for promotion of sales at consumer level and at trade level. **2+4+4**
8. (a) Why are channels of distribution shorter for industrial goods as compared to those for consumer goods ? **5+5**
(b) Enumerate the qualities of a good sales person.

स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा

जून, 2011

(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** में अन्तर बताइए : 5+5

- (a) विपणन की उत्पादन संकल्पना तथा उत्पाद संकल्पना
- (b) विशिष्ट वस्तुएं तथा शापिंग वस्तुएं
- (c) स्थिर कीमत तथा परिवर्तनशील कीमत
- (d) गहन वितरण तथा चयनात्मक वितरण

2. निम्नलिखित में से **किन्हीं दो** पर संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए : 5+5

- (a) बाजार का खंडीकरण
- (b) नए उत्पादों के बाजार में असफल होने के कारण
- (c) भौतिक वितरण की कुल लागत अवधारणा
- (d) प्रचार के मुख्य साधन

भाग - ख

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

3. एक उपभोक्ता एक लैपटॉप कंप्यूटर खरीदना चाहता है। इसके लिए वह जो प्रक्रिया अपनाएगा उसकी व्याख्या कीजिए। 10
4. उत्पाद विविधीकरण की संकल्पना की व्याख्या कीजिए तथा 5+5
विपणन में इस के लाभों का उल्लेख कीजिए। विभिन्न उत्पाद विविधीकरण युक्तियों की भी संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
5. एक विपणन अधिकारी के रूप में आप विभिन्न स्थानों पर स्थित 10
ग्राहकों से अलग-अलग कीमतें चार्ज करेंगे। इस संदर्भ में विभिन्न उपयुक्त भौगोलिक मूल्यनिर्धारण युक्तियों का विवेचन कीजिए।
6. एक कुशल भौतिक वितरण में किए जाने वाले विभिन्न कार्यों 10
की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।
7. विक्रय संवर्धन से क्या तात्पर्य है? उपभोक्ता स्तर तथा व्यापार
स्तर पर विपणनकर्ताओं द्वारा विक्रय संवर्धन के लिए अपनाए
जाने वाले मुख्य साधनों का विवेचन कीजिए। 2+4+4
8. (a) उपभोक्ता वस्तुओं के मुकाबले औद्योगिक वस्तुओं के 5+5
वितरण के माध्यम छोटे क्यों होते हैं?
(b) एक अच्छे विक्रयकर्ता के गुणों का उल्लेख कीजिए।