

BACHELOR'S DEGREE PROGRAMME**Term-End Examination****December, 2008****(APPLICATION ORIENTED COURSE)****AMK-1 : MARKETING***Time : 2 hours**Maximum Marks : 50*

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

PART A**1.** Write short notes on any **two** of the following :

5, 5

- (a) Bases for segmenting consumer market
- (b) Relevance of family branding
- (c) Regulation of pricing in India
- (d) Fast changing challenges in retail business in India

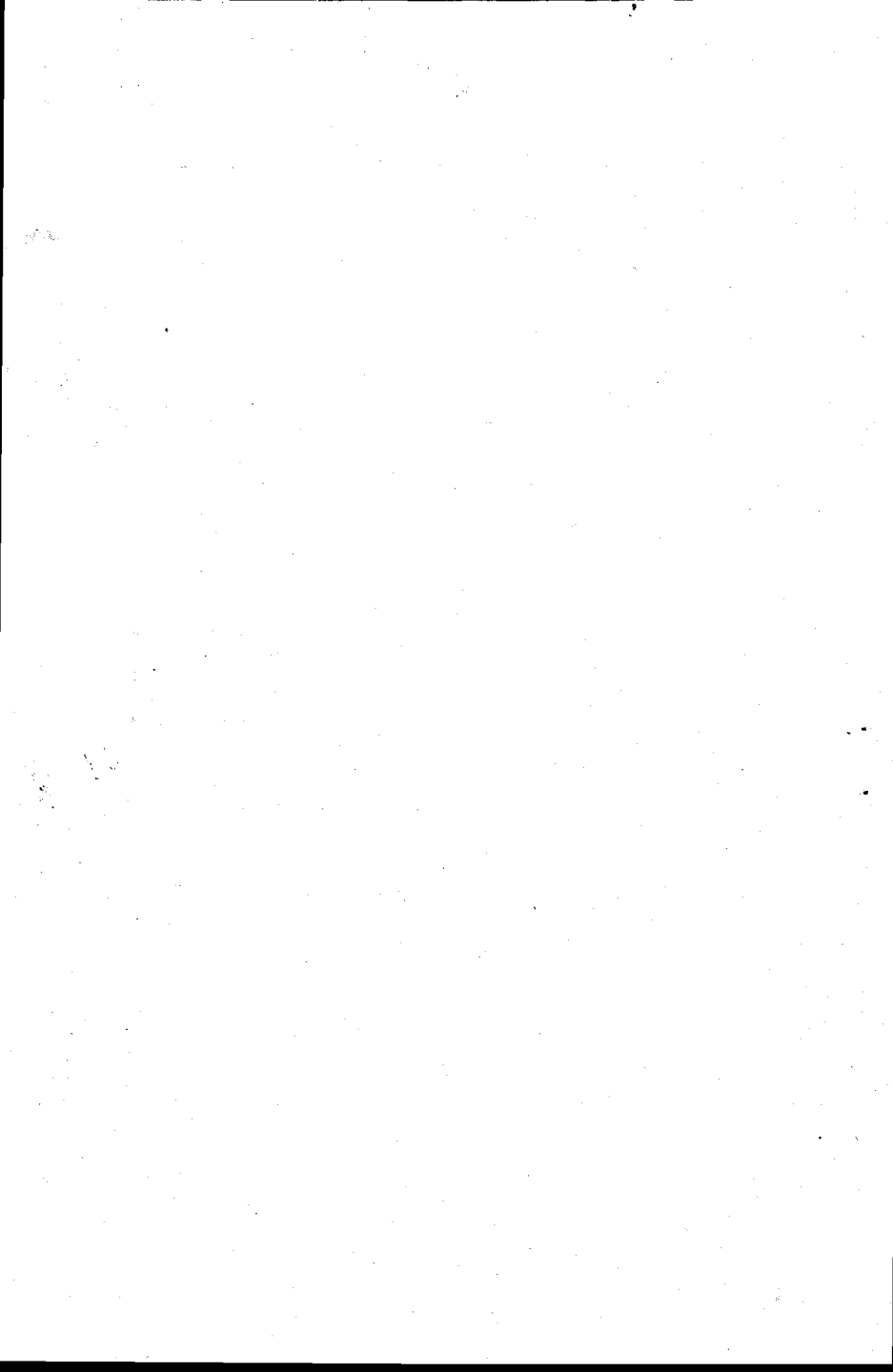
2. Distinguish between any **two** of the following : 5, 5

- (a) Direct advertising and Indirect advertising
- (b) Departmental store and Super-market
- (c) F.O.B. factory price and Freight absorption price
- (d) Brand name and Trade mark

PART B

Answer any **three** of the following questions.

3. Define culture. How does it influence consumer behaviour ? Explain. 4, 6
4. What is product life cycle ? Explain the marketing mix strategies adopted by marketers at each stage in the product life cycle. 2, 8
5. Explain profit maximising pricing and sales-volume maximising pricing strategies with appropriate examples. 5, 5
6. A computer company is selling its products directly to institutions and other buyers through a network of fifty salesmen. You have to persuade the company to discontinue direct selling and switch over to selling through intermediaries. Provide the necessary arguments for your suggestion. 10
7. State the elements of communication process, and explain how do interpersonal communication channels differ from mass communication channels. 6, 4
8. Explain various steps in the new product development process. 10



स्नातक उपाधि कार्यक्रम

सत्रांत परीक्षा

दिसम्बर, 2008

(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

1. निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए : 5, 5
- (अ) उपभोक्ता बाजार के खंडीकरण के आधार
 - (ब) पारिवारिक ब्रांड निर्धारण की प्रासंगिकता
 - (स) भारत में मूल्य निर्धारण का विनियमन
 - (द) भारत के फुटकर व्यापार में तेजी से बदलती चुनौतियाँ

2. निम्नलिखित में से किन्हीं दो में अन्तर बताइए :

5, 5

(अ) प्रत्यक्ष विज्ञापन तथा अप्रत्यक्ष विज्ञापन

(ब) विभागीय भंडार तथा सुपर-बाजार

(स) F.O.B. फैक्टरी मूल्य तथा भाड़ा विलयन मूल्य

(द) ब्रांड नाम तथा ट्रेड मार्क

भाग ख

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

3. संस्कृति (Culture) की परिभाषा कीजिए । यह उपभोक्ता के व्यवहार को किस प्रकार प्रभावित करती है ? व्याख्या कीजिए । 4, 6
4. उत्पाद जीवन चक्र से क्या तात्पर्य है ? उत्पाद जीवन चक्र की प्रत्येक अवस्था में विपणनकर्ताओं द्वारा अपनाई जाने वाली विपणन मिश्र युक्तियों की व्याख्या कीजिए । 2, 8
5. लाभ को अधिकतम करने तथा विक्रय-परिमाण को अधिकतम करने वाली मूल्य-निर्धारण युक्तियों की उचित उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए । 5, 5
6. एक कम्प्यूटर कम्पनी अपने उत्पाद संस्थाओं एवं अन्य क्रेताओं को 50 सेल्समैनों के माध्यम से सीधे बेच रही है । आपको कम्पनी को प्रत्यक्ष विक्रय बंद करके मध्यस्थों द्वारा वितरण करने के लिए मनाना है । आप अपने सुझाव के समर्थन में आवश्यक तर्क प्रस्तुत कीजिए । 10
7. संप्रेषण प्रक्रिया के विभिन्न तत्त्वों का उल्लेख कीजिए, तथा व्याख्या कीजिए कि व्यक्तिगत संप्रेषण माध्यमों और जन संचार संप्रेषण माध्यमों में क्या अन्तर है । 6, 4
8. नए उत्पाद की विकास प्रक्रिया के विभिन्न सोपानों की व्याख्या कीजिए । 10

