

Roll No.

E-116**M. Com. (Fourth Semester) (Main/ATKT)****EXAMINATION, May-June, 2021****(Optional—Specialization)****[Optional Group (A) : Marketing]**

Paper First (A)

PRINCIPLE OF MARKETING

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

नोट : निर्देशानुसार सभी खण्डों के उत्तर दीजिए।

Attempt all Sections as directed.

खण्ड-अ

प्रत्येक 1

(Section—A)

वस्तुनिष्ठ/बहुविकल्पीय प्रश्न

(Objective/Multiple Choice Questions)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

Attempt all questions.

सही उत्तर का चयन कीजिए :

Choose the correct answer :

1. व्यवसाय के लिए विपणन है :

(अ) अनिवार्य

- (ब) आवश्यक
- (स) अनावश्यक
- (द) विलासिता

For business marketing is :

- (a) Compulsory
- (b) Necessary
- (c) Unnecessary
- (d) Luxury

2. “विपणन अवधारणा व्यवसाय का दर्शन है।” यह कथन है :

- (अ) डब्ल्यू. जे. स्टेण्टन का
- (ब) फिलिप कोटलर का
- (स) जॉन ई. वेकफील्ड का
- (द) आर्थर पी. फेल्टन का

“Marketing concept is a philosophy of business.” This statement is of :

- (a) W. J. Stanton
- (b) Philip Kotler
- (c) John E. Wakefield
- (d) Arthur P. Felton

3. विपणन मिश्रण ज्ञात किया जाता है :

- (अ) उपभोक्ताओं की संतुष्टि के लिए
- (ब) उत्पादकों की संतुष्टि के लिए
- (स) निर्माताओं की संतुष्टि के लिए
- (द) सरकार की संतुष्टि के लिए

P. T. O.

Marketing mix is determined :

- (a) For the satisfaction of consumers
- (b) For the satisfaction of manufacturers
- (c) For the satisfaction of producers
- (d) For the satisfaction of government

4. विपणन मिश्रण रहते हैं :

- (अ) स्थायी
- (ब) अनिश्चित
- (स) निश्चित
- (द) बदलते हुए

Marketing mix remain :

- (a) Static
- (b) Uncertain
- (c) Certain
- (d) Changing

5. सूक्ष्म पर्यावरणीय घटकों पर विपणन प्रबंध का नियंत्रण होता है।

- (अ) हाँ
- (ब) नहीं
- (स) आंशिक
- (द) अनिश्चित

Marketing management has control over micro environment factors.

- (a) Yes
- (b) No
- (c) Partial
- (d) Uncertain

6. विपणन पर्यावरण के मूलभूत अंग हैं :

- (अ) 2
- (ब) 3
- (स) 4
- (द) 6

The primary components of marketing environment are :

- (a) 2
- (b) 3
- (c) 4
- (d) 6

7. “क्रय करते समय किसी व्यक्ति के सम्पूर्ण व्यवहार को क्रय व्यवहार कहा जा सकता है।” यह कथन है :

- (अ) पॉल का
- (ब) गोथे का
- (स) स्टिल का
- (द) कोटलर का

“The whole behaviour of a person while making purchases may be termed as consumer behaviour.” This statement is of :

- (a) Paula
- (b) Goethe
- (c) Still
- (d) Kotler

8. बाजार विभक्तिकरण है :

- (अ) आवश्यक
- (ब) अनावश्यक
- (स) धन की बर्बादी
- (द) समय की बर्बादी

Market segmentation is :

- (a) Necessary
- (b) Unnecessary
- (c) Wastage of money
- (d) Wastage of time

9. “बाजार विभक्तिकरण का उद्देश्य क्रेताओं के मध्य पाये जाने वाले अन्तरों का पता लगाना है ताकि उनमें चुनाव करना अथवा उनको विपणन करना संभव हो जाए।” यह कथन है :

- (अ) डब्ल्यू. जे. स्टेण्टन का
- (ब) ए. रॉबर्ट का
- (स) फिलिप कोटलर का
- (द) पीयर्स का

“The purpose of market segmentation is to determine difference among buyers which may consequential in choosing among them or marketing to them.” This statement is of :

- (a) W. J. Stanton
- (b) A. Robert
- (c) Philip Kotler
- (d) Pearce

10. उत्पाद पंक्ति की प्रमुख रणनीतियाँ हैं :

- (अ) 2
- (ब) 4
- (स) 6
- (द) 8

Major product line strategies are :

- (a) 2
- (b) 4
- (c) 6
- (d) 8

11. ‘उत्पाद अवधारणा’ शब्द का सबसे पहले उपयोग किया था :

- (अ) फिलिप कोटलर द्वारा
- (ब) थियोडोर लेविट द्वारा
- (स) डब्ल्यू. जे. स्टेण्टन द्वारा
- (द) आर. एस. डेवर द्वारा

The term ‘product concept’ was first used by :

- (a) Philip Kotler
- (b) Theodore Levitt
- (c) W. J. Stanton
- (d) R. S. Daver

12. उत्पाद विकास का मुख्य कारण है :

- (अ) लगातार हानि
- (ब) कम लाभ
- (स) तकनीकी विकास
- (द) राष्ट्रीय विकास

[7]

E-116

Main reason for product development is :

- (a) Continuous loss
- (b) Less profit
- (c) Technological development
- (d) National development

13. नवीन उत्पाद विकास से आशय है :

- (अ) उत्पाद पंक्ति में नवीन उत्पाद जोड़ना
- (ब) पुराने उत्पाद में सुधार करना
- (स) उपभोक्ता संतुष्टि पर बल देना
- (द) उपर्युक्त सभी

New product development means :

- (a) Addition of a new product in product line
- (b) Improvement in the old product
- (c) Emphasis on consumer satisfaction
- (d) All of the above

14. अधिकांश नवीन उत्पाद रहते हैं :

- (अ) असफल
- (ब) सफल
- (स) शत-प्रतिशत असफल
- (द) शत-प्रतिशत सफल

P. T. O.

[8]

E-116

Mostly new product are :

- (a) Unsuccessful
- (b) Successful
- (c) 100% unsuccessful
- (d) 100% successful

15. सबसे अधिक व्यापक क्षेत्र है :

- (अ) ब्राण्ड
- (ब) लेबलिंग
- (स) पैकेजिंग
- (द) व्यापार चिन्ह

Maximum wide scope is of :

- (a) Brand
- (b) Labelling
- (c) Packaging
- (d) Trademark

16. अच्छे ब्राण्ड की विशेषताएँ हैं :

- (अ) सूक्ष्म नाम
- (ब) स्मरणीय
- (स) आकर्षक
- (द) उपर्युक्त सभी

The characteristics of a good brand are :

- (a) Short name
- (b) Memorable
- (c) Attractive
- (d) All of the above

17. उत्पाद जीवन चक्र की अवस्थाएँ होती हैं :

- (अ) 2
- (ब) 4
- (स) 6
- (द) 8

The stages of product life cycle are :

- (a) 2
- (b) 4
- (c) 6
- (d) 8

18. मूल्य नीति होती है :

- (अ) उपभोक्ता के पक्ष में
- (ब) सरकार के पक्ष में
- (स) उत्पादक-निर्माता के पक्ष में
- (द) सभी के पक्ष में

Price policy is :

- (a) In favour of consumer
- (b) In favour of government
- (c) In producer-manufacturer favour
- (d) All of the above

19. थोक व्यापारी सेवाएँ प्रदान करता है :

- (अ) निर्माता को
- (ब) फुटकर व्यापारी को
- (स) समाज को
- (द) समाज एवं फुटकर व्यापारी को

Wholeseller renders services towards :

- (a) Manufacturer
- (b) Retailer
- (c) Society
- (d) Society and Retailer

20. निम्नलिखित में से फुटकर व्यापारी की विशेषता नहीं है :

- (अ) छोटी मात्रा में व्यापार करता है
- (ब) उपभोक्ताओं को सीधे माल भेजता है
- (स) ग्राहकों से व्यक्तिगत सम्पर्क बनाकर रखता है
- (द) प्रायः उधार माल बेचता है

Which of the following is not a characteristic of retailer ?

- (a) Deals in small quantity
- (b) Sells goods directly to consumers
- (c) Maintain personal contacts with customers
- (d) Generally sells goods on credit

[11]

E-116

खण्ड—ब

प्रत्येक 2

(Section—B)

अति लघु उत्तरीय प्रश्न

(Very Short Answer Type Questions)

नोट : किन्हीं आठ प्रश्नों के उत्तर केवल दो से तीन वाक्यों में दीजिए।

Attempt any *eight* questions in two or three sentences only.

1. विपणन क्या है ?

What is marketing ?

2. विपणन मिश्रण को परिभाषित कीजिए।

Define marketing mix.

3. विपणन पर्यावरण क्या है ?

What is marketing environment ?

4. क्रेता व्यवहार क्या है ?

What is buyer behaviour ?

5. उत्पाद रेखा क्या है ?

What is product line ?

6. अम्ब्रेला ब्राण्ड क्या है ?

What is umbrella brand ?

7. मूल्य निर्णय क्या है ?

What is pricing decision ?

P. T. O.

[12]

E-116

8. उत्पाद मूल्य का क्या अर्थ है ?

Explain the meaning of product pricing ?

9. वितरण वाहिकाओं से क्या आशय है ?

What is the meaning of channels of distribution ?

10. भौतिक वितरण प्रणाली से क्या आशय है ?

What is meant by physical distribution system ?

खण्ड—स

प्रत्येक 3

(Section—C)

लघु उत्तरीय प्रश्न

(Short Answer Type Questions)

नोट : किन्हीं आठ प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के उत्तर हेतु शब्द-सीमा 75 शब्द है।

Attempt any *eight* questions. Word limit for answer of each question is 75 words.

1. उत्पादकों के लिए विपणन की अवधारणा का क्या महत्व है ?

What is the importance of marketing concept to producers ?

2. विपणन मिश्रण में परिवर्तन क्यों करना चाहिए ?

Why changes should be done in marketing mix ?

3. विपणन पर्यावरण के वृहत् अंगों से क्या आशय है ?

What is meant by macro components of marketing environment ?

[13]

E-116

4. बाजार विभक्तिकरण से क्या आशय है ?
What is meant by market segmentation ?
5. उत्पाद की अवधारणा को समझाइए।
Explain the product concept.
6. एक अच्छे ब्राण्ड की प्रमुख विशेषताएँ बताइए।
Explain the main characteristics of a good brand.
7. मूल्य निर्धारण के किन्हीं दो घटकों का संक्षेप में वर्णन कीजिए।
Describe in brief any two price determination factors.
8. छूटों तथा उसके प्रकारों का संक्षेप में वर्णन कीजिए।
Describe in brief discounts and its types.
9. वितरण वाहिकाओं के प्रमुख प्रकारों का वर्णन कीजिए।
Describe the main types of channels of distribution.
10. विभागीय भण्डार की विशेषताओं का वर्णन कीजिए।
Explain the characteristics of departmental stores.

खण्ड—द

प्रत्येक 5

(Section—D)

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

(Long Answer Type Questions)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के लिए शब्द-सीमा 150 शब्द है।

P. T. O.

[14]

E-116

Attempt all questions. Word limit for each question is 150 words.

1. आधुनिक विपणन की अवधारणा से आप क्या समझते हैं ? विपणन की आधुनिक तथा पुरानी अवधारणा में अन्तर स्पष्ट कीजिए।
What do you understand by Modern Marketing Concept ? Explain the difference between new marketing concept and old marketing concept.

अथवा

(Or)

विपणन मिश्रण से आप क्या समझते हैं ? इसके प्रमुख तत्वों की विवेचना कीजिए।

What do you understand by Marketing Mix ? Discuss its main elements.

2. उपभोक्ता क्रय व्यवहार को प्रभावित करने वाले विभिन्न घटकों की व्याख्या कीजिए।
Explain the various factors which affect consumer buying behaviour.

अथवा

(Or)

बाजार विभक्तिकरण से आप क्या समझते हैं ? इसका महत्व स्पष्ट कीजिए।

What do you mean by Market Segmentation ? Explain its importance.

3. उत्पाद विकास से आप क्या समझते हैं ? इसके प्रमुख सिद्धान्तों एवं लाभों को समझाइए।

What do you mean by Product Development ? Explain its main principles and advantages.

अथवा

(Or)

पैकेजिंग को परिभाषित कीजिए। पैकेजिंग के उद्देश्य और कार्य क्या हैं ?

Define Packaging. What are the objectives and functions of packaging ?

4. किसी वस्तु की कीमत निर्धारण के लिए अपनायी जाने वाली मुख्य विधियों का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

Describe briefly the chief pricing methods which are used to determine the price of a product.

अथवा

(Or)

विपणन में वितरण-वाहिका नीति का क्या महत्व है ? वितरण वाहिका चयन किन तत्वों पर निर्भर करता है ?

What is the importance of distribution channel in marketing ? On which elements the selection of channels of distribution depends ?