

Roll No.

D-116

**M. Com. (Fourth Semester) (Main/ATKT)
EXAMINATION, May-June, 2020**

(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. विपणन पर व्यय किया गया धन है :

(अ) बर्बादी

(ब) अनावश्यक व्यय

(स) विनियोजन

(द) ग्राहकों पर भार

Money spent on marketing is :

(a) Wastage

(b) Unnecessary expenditure

(c) Investment

(d) Burdon on the costomer

2. विपणन की प्रकृति में सम्मिलित है :

(अ) मानवीय क्रिया

(ब) सामाजिक-आर्थिक क्रिया

(स) कला व विज्ञान दोनों

(द) उपर्युक्त सभी

Nature of marketing is :

(a) Human activity

(b) Socio-economic activity

(c) Both Art and Science

(d) All of the above

3. विपणन की आधुनिक अवधारणा है :

(अ) विनिमयोन्मुखी

(ब) ग्राहकोन्मुखी

(स) उत्पादनोन्मुखी

(द) विक्रयोन्मुखी

P. T. O.

[3]

D-116

Modern concept of marketing is :

- (a) Exchange oriented
- (b) Customer oriented
- (c) Production oriented
- (d) Sales oriented

4. मेकार्थी एवं विलियम जे. स्टाण्टन के अनुसार विपणन मिश्रण के पी. हैं :

- (अ) 4
- (ब) 3
- (स) 6
- (द) 2

According to McCarthy and William J. Stanton P's of marketing mix are :

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

5. विपणन पर्यावरण के सूक्ष्म-पर्यावरणीय घटक हैं :

- (अ) 2
- (ब) 4
- (स) 6
- (द) 8

[4]

D-116

The micro-environmental factors of marketing environment are :

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

6. बाजार विभक्तिकरण हित में है :

- (अ) उपभोक्ता के
- (ब) व्यापारी के
- (स) निर्माता के
- (द) उपर्युक्त सभी

Market segmentation is in the interest of :

- (a) Consumer
- (b) Trader
- (c) Manufacturer
- (d) All of the above

7. बाजार में भारतीय क्रेता की प्रवृत्ति नहीं है :

- (अ) सौदेबाजी
- (ब) शिकायत करना
- (स) महुँगा खरीदना
- (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

P. T. O.

[5]

D-116

In a market no tendency of Indian buyer is :

- (a) To bargain
- (b) File complaint
- (c) To purchase expensive
- (d) None of the above

8. क्रेता व्यवहार को प्रभावित करने वाले घटकों में "छवि" के कितने प्रकार हैं ?

- (अ) 2
- (ब) 3
- (स) 4
- (द) 5

How many types of "Image" under psychological factors of which are affecting consumer behaviour ?

- (a) 2
- (b) 3
- (c) 4
- (d) 5

9. उत्पाद के प्रमुख प्रकार होते हैं :

- (अ) 8
- (ब) 6
- (स) 4
- (द) 2

[6]

D-116

The main types of product are :

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

10. उत्पाद मिश्र को प्रभावित करने वाले घटक हैं :

- (अ) उत्पादन
- (ब) विपणन
- (स) वित्तीय
- (द) उपर्युक्त सभी

The factor affecting product mix are :

- (a) Production
- (b) Marketing
- (c) Financial
- (d) All of the above

11. पैकेजिंग के प्रकार हैं :

- (अ) 3
- (ब) 4
- (स) 5
- (द) 6

P. T. O.

[7]

D-116

Types of packaging are :

- (a) 3
- (b) 4
- (c) 5
- (d) 6

12. किसी उत्पाद की मृत्यु होती है :

- (अ) परिपक्वता की अवस्था में
- (ब) पतन की अवस्था में
- (स) संतृप्ति की अवस्था में
- (द) अप्रचलन की अवस्था में

Death of a product take place :

- (a) In maturity stage
- (b) In decline stage
- (c) In saturation stage
- (d) In obsolescence stage

13. मूल्य नीतियाँ निर्धारित होती हैं :

- (अ) उच्च प्रबंध द्वारा
- (ब) निम्न प्रबंध द्वारा
- (स) ग्राहकों द्वारा
- (द) विक्रेताओं द्वारा

[8]

D-116

Price policies are determine by :

- (a) Higher management
- (b) Lower management
- (c) Costumer
- (d) Salesmen

14. शीघ्र भुगतान हेतु कौन-सी छूट प्रेरक है ?

- (अ) व्यापारिक छूट
- (ब) नगद छूट
- (स) परिमाण छूट
- (द) उपर्युक्त सभी

Which discount motivate for quick payment ?

- (a) Trade discount
- (b) Cash discount
- (c) Quantity discount
- (d) All of the above

15. किस मूल्य नीति में कीमत न्यूनतम होती है ?

- (अ) मलाई उतारने वाली मूल्य नीति
- (ब) बाजार प्रवेशक मूल्य नीति
- (स) नेता अनुकरण मूल्य नीति
- (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

P. T. O.

[9]

D-116

Price is minimum in which price policy ?

- (a) Skimming the cream price policy
- (b) Market penetration pricing policy
- (c) Follow up leader pricing policy
- (d) None of the above

16. मूल्य रणनीति के प्रकार हैं :

- (अ) 5
- (ब) 4
- (स) 3
- (द) 2

Types of pricing strategies are :

- (a) 5
- (b) 4
- (c) 3
- (d) 2

17. वितरण वाहिकाओं का कार्य नहीं है :

- (अ) वित्त का प्रबंध करना
- (ब) संवर्द्धन क्रियाएँ करना
- (स) उत्पादन का प्रबंध करना
- (द) मूल्य निर्धारण में सहयोग

[10]

D-116

Not the function of channel of distribution :

- (a) Managing finance
- (b) Promotional activities
- (c) Managing production
- (d) Help in pricing

18. थोक व्यापारी की विशेषता नहीं है :

- (अ) फुटकर व्यापारी को वस्तु का विक्रय
- (ब) निर्माता से वस्तु का क्रय
- (स) उपभोक्ताओं को सीधे वस्तु का विक्रय
- (द) कुछ वस्तुओं का ही विक्रय

Not the characteristic of wholeseller :

- (a) Selling goods to retailer
- (b) Purchase goods from manufacturer
- (c) Selling good directly to consumer
- (d) Selling few goods only

19. कौन-सा कथन सत्य नहीं है ?

- (अ) फुटकर व्यापारी निर्माता को सेवा प्रदान करता है।
- (ब) फुटकर व्यापारी थोक व्यापारी को सेवा प्रदान करता है।
- (स) फुटकर व्यापारी उपभोक्ताओं को सेवा प्रदान करता है।
- (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

P. T. O.

[11]

D-116

Which statement is not correct ?

- (a) Retailer renders services to manufacturer.
- (b) Retailer renders services to whole-seller.
- (c) Retailer renders services of consumer.
- (d) None of the above

20. भौतिक वितरण प्रबंध से सम्बन्धित है :

- (अ) ब्राण्डिंग
- (ब) ट्रेडमार्क
- (स) लेबलिंग
- (द) परिवहन

Related to physical distribution management :

- (a) Branding
- (b) Trademark
- (c) Labelling
- (d) Transporting

खण्ड—ब

प्रत्येक 2

(Section—B)

अति लघु उत्तरीय प्रश्न

(Very Short Answer Type Questions)

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

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

1. क्या विपणन ग्राहकोन्मुखी क्रिया है ?

Is marketing process consumer oriented ?

P. T. O.

[12]

D-116

2. विपणन मिश्रण क्या है ?

What is Marketing Mix ?

3. विपणन की सूक्ष्म पर्यावरणीय शक्तियाँ क्या हैं ?

What is Micro Environmental Forces ?

4. भारतीय उपभोक्ता के सौदेबाजी व्यवहार का क्या आशय है ?

What is the meaning of bargaining behaviour of Indian buyer ?

5. उपभोक्ता उत्पाद का क्या अर्थ है ?

What is the meaning of consumer product ?

6. लेबलिंग क्या है ?

What is Labelling ?

7. बाजार प्रवेशक मूल्य नीति क्या है ?

What is Market Penetration price policy ?

8. परिमाण बट्टा क्या है ?

What is quantity discount ?

9. वितरण वाहिकाओं का क्या आशय है ?

What is the meaning of Channel of Distribution ?

10. भौतिक वितरण का क्या आशय है ?

What is the meaning of Physical distribution ?

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. विपणन के सामाजिक उत्तरदायित्व से क्या आशय है ?
What is meant by social responsibility of marketing ?
2. विपणन मिश्रण के चल के रूप में सम्बर्द्धन को समझाइए।
Explain promotion as variable of marketing mix.
3. बाजार विभक्तिकरण के उद्देश्यों का संक्षेप में वर्णन कीजिए।
Describe in brief the main objective of market segmentation.
4. उपभोक्ता उत्पाद और औद्योगिक उत्पाद में अन्तर समझाइए।
Explain difference between Consumer product and Industrial product.
5. उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले आर्थिक घटकों की संक्षेप में विवेचना कीजिए।
Explain in brief the economic factors affecting consumer behaviour.
6. उत्पाद जीवन चक्र की प्रमुख अवस्थाओं का संक्षेप में वर्णन कीजिए।
Describe in brief the main stages of product life cycle.
7. मलाई उतारने वाली मूल्य नीति को समझाइए।
Explain the skimming the cream price policy.
8. मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले लागत घटकों की विवेचना कीजिए।
Explain the cost factors, affecting the price determination.

P. T. O.

9. वितरण वाहिकाओं के कार्यों को संक्षेप में समझाइए।
Explain in brief the functions of channel of distribution.
10. क्षेत्र के आधार पर थोक विक्रेताओं के प्रकारों की विवेचना कीजिए।
Explain the types of wholeseller according to regional basis.

खण्ड—द

प्रत्येक 5

(Section—D)

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

(Long Answer Type Questions)

- नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के उत्तर के लिए शब्द-सीमा 150 शब्द है।
Attempt all questions. Word limit for each question is 150 words.

1. विपणन अवधारणा से आप क्या समझते हैं ? विपणन अवधारणा को प्रभावित करने वाले घटकों की व्याख्या कीजिए।
What do you understand by Marketing Concept ? Explain factors affecting marketing concept.

अथवा

(Or)

- विपणन मिश्रण के प्रमुख तत्वों की विवेचना कीजिए।
Explain the main elements of marketing mix.

2. वितरण वातावरण के सूक्ष्म पर्यावरणीय घटकों की व्याख्या कीजिए।
Describe the micro environmental factors of marketing environment.

अथवा

(Or)

- भारतीय उपभोक्ता के क्रय व्यवहार की विशेषताएँ बताइए।

Explain the characteristics of buying behaviour of Indian consumer.

3. उत्पाद निर्णय क्या है ? प्रमुख उत्पाद निर्णयों की विवेचना कीजिए।
What is Product Decision ? Discuss the major product decision.

अथवा

(Or)

पैकेजिंग को परिभाषित कीजिए। पैकेजिंग के उद्देश्य क्या हैं ?

Define packaging. What are the objectives of packaging ?

4. मूल्य निर्धारण प्रक्रिया के मुख्य चरणों की व्याख्या कीजिए।
Describe the main steps of price determination procedure.

अथवा

(Or)

थोक व्यापारी की परिभाषा दीजिए। इनके कार्यों को समझाइए।

Give the definition of wholeseller. Explain its functions.