www.prepp.in

SET-4

Series @PSQR

प्रश्न-पत्र कोड
Q.P. Code **336**

रोल नं.
Roll No.

परीक्षार्थी प्रश्न-पत्र कोड को उत्तर-पुस्तिका के मुख-पृष्ठ पर अवश्य लिखें।
Candidates must write the Q.P. Code on the title page of the answer-book.

नोट / NOTE :

(i) कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में मुद्रित पृष्ठ **19** हैं।
Please check that this question paper contains **19** printed pages.

(ii) प्रश्न-पत्र में दाहिने हाथ की ओर दिए गए प्रश्न-पत्र कोड को परीक्षार्थी उत्तर-पुस्तिका के मुख-पृष्ठ पर लिखें।
Q.P. Code given on the right hand side of the question paper should be written on the title page of the answer-book by the candidate.

(iii) कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में **24** प्रश्न हैं।
Please check that this question paper contains **24** questions.

(iv) **कृपया प्रश्न का उत्तर लिखना शुरू करने से पहले, उत्तर-पुस्तिका में यथा स्थान पर प्रश्न का क्रमांक अवश्य लिखें।**
Please write down the Serial Number of the question in the answer-book at the given place before attempting it.

(v) इस प्रश्न-पत्र को पढ़ने के लिए 15 मिनट का समय दिया गया है। प्रश्न-पत्र का वितरण पूर्वाह्न में 10.15 बजे किया जाएगा। 10.15 बजे से 10.30 बजे तक परीक्षार्थी केवल प्रश्न-पत्र को पढ़ेंगे और इस अवधि के दौरान वे उत्तर-पुस्तिका पर कोई उत्तर नहीं लिखेंगे।
15 minute time has been allotted to read this question paper. The question paper will be distributed at 10.15 a.m. From 10.15 a.m. to 10.30 a.m., the candidates will read the question paper only and will not write any answer on the answer-book during this period.

विपणन

MARKETING

*निर्धारित समय : **3** घण्टे* | *अधिकतम अंक : **60***

*Time allowed : **3** hours* | *Maximum Marks : **60***

Prepp
Your Personal Exams Guide

सामान्य निर्देश :

(i) *कृपया निर्देशों को ध्यान से पढ़ें।*

(ii) *इस प्रश्न-पत्र में* ***दो*** *खण्डों में* ***24*** *प्रश्न हैं :* ***खण्ड क*** *और* ***खण्ड ख।***

(iii) ***खण्ड क*** *में वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न हैं, जबकि* ***खण्ड ख*** *में विषयपरक प्रकार के प्रश्न हैं।*

(iv) *दिए गए (6 + 18) = 24 प्रश्नों में से, उम्मीदवार को 3 घंटे के आबंटित (अधिकतम) समय में (6 + 11) = 17 प्रश्नों के उत्तर देने हैं।*

(v) *किसी विशेष खण्ड के सभी प्रश्नों को सही क्रम में करने का प्रयास किया जाना चाहिए।*

(vi) ***खण्ड क :*** *वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्न (30 अंक) :*

(a) *इस खण्ड में* ***6*** *प्रश्न हैं।*

(b) *कोई नकारात्मक अंकन नहीं है।*

(c) *दिए गए निर्देशों के अनुसार कीजिए।*

(d) *प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने आबंटित अंकों का उल्लेख किया गया है।*

(vii) ***खण्ड ख*** *: विषयपरक प्रकार के प्रश्न (30 अंक) :*

(a) *इस खण्ड में* ***18*** *प्रश्न हैं।*

(b) *उम्मीदवार को* ***11*** *प्रश्न करने हैं।*

(c) *दिए गए निर्देशों के अनुसार कीजिए।*

(d) *प्रत्येक प्रश्न/भाग के सामने आबंटित अंकों का उल्लेख किया गया है।*

खण्ड क

(वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश न) **(30 अंक)**

1. रोज़गार कौशल पर दिए गए ***6*** प्रश्नों में से किन्हीं ***4*** के उत्तर दीजिए। *4×1=4*

(i) निम्नलिखित में से कौन-सी सक्रिय श्रवण की एक अवस्था ***नहीं*** है ?

(A) प्राप्त करना

(B) समझना

(C) प्रतिक्रिया नहीं देना

(D) मूल्यांकन करना

General Instructions :

(i) *Please read the instructions carefully.*

(ii) *This question paper consists of **24** questions in **two** Sections : **Section A** and **Section B**.*

(iii) ***Section A** has Objective Type Questions whereas **Section B** contains Subjective Type Questions.*

(iv) *Out of the given (6 + 18) = 24 questions, a candidate has to answer (6 + 11) = 17 questions in the allotted (maximum) time of 3 hours.*

(v) *All questions of a particular section must be attempted in the correct order.*

(vi) ***Section A** : Objective Type Questions (30 marks) :*

(a) *This section has **6** questions.*

(b) *There is no negative marking.*

(c) *Do as per the instructions given.*

(d) *Marks allotted are mentioned against each question/part.*

(vii) ***Section B** : Subjective Type Questions (30 marks) :*

(a) *This section has **18** questions.*

(b) *A candidate has to do **11** questions.*

(c) *Do as per the instructions given.*

(d) *Marks allotted are mentioned against each question/part.*

SECTION A

(Objective Type Questions) **(30 marks)**

1. Answer any ***4*** out of the given ***6*** questions on Employability Skills. *4x1=4*

(i) Which of the following is ***not*** a stage of active listening ?

(A) Receiving

(B) Understanding

(C) Non-responding

(D) Evaluating

Prepp
Your Personal Exams Guide

(ii) यह प्रोत्साहन अथवा बाह्य पुरस्कारों के कारण उत्पन्न होती है :

(A) आंतरिक अभिप्रेरणा (B) बाह्य अभिप्रेरणा

(C) वास्तविक अभिप्रेरणा (D) अवास्तविक अभिप्रेरणा

(iii) स्मार्ट लक्ष्यों के संबंध में निम्नलिखित में से कौन-सा ***ग़लत*** है ?

(A) विशिष्ट (B) मापन योग्य

(C) क्रिया-उन्मुख (D) पढ़ने योग्य समय

(iv) स्प्रेडशीट में, आप एक वर्कशीट देखते हैं जिसमें सेल ____________ में होते हैं, परन्तु ____________ में नहीं।

(A) रो, कॉलम

(B) कॉलम, रो

(C) हॉरिज़ॉन्टल रो, वर्टिकल कॉलम

(D) रो, हॉरिज़ॉन्टल कॉलम

(v) निम्नलिखित में से कौन-सी उद्यमिता की विशेषता ***नहीं*** है ?

(A) यह एक आर्थिक गतिविधि है, जो लाभ-उन्मुख संगठन बनाने, विकसित करने तथा इसे बनाए रखने के लिए की जाती है।

(B) इसकी शुरुआत बाजार में बेचने और लाभ कमाने की क्षमता वाले अवसर की पहचान करने के साथ होती है।

(C) यह संसाधनों के उपयोग में अनुकूलन से संबंधित है।

(D) यह एक उद्यम तथा एक उद्यमी की जोखिम लेने में असमर्थता है।

(vi) इसको उस रूप में परिभाषित किया गया है जो उत्पादन तथा उपभोग के पर्यावरणीय सतत रूपों की ओर संक्रमण लाने और उसे बनाए रखने में सहायता करता है :

(A) व्हाइट-कॉलर जॉब (B) ग्रीन जॉब

(C) ब्लैक कार्ड जॉब (D) बेरोजगारिता

2. दिए गए ***7*** प्रश्नों में से किन्हीं ***5*** के उत्तर दीजिए। *5×1=5*

(i) उत्पाद की एकसमान गुणवत्ता बनाए रखने के लिए उत्पाद के आकार तथा विविधता को ____________ के लिए सीमित किया जाता है।

(A) उत्पाद विविधीकरण (B) उत्पाद विभेदीकरण

(C) उत्पाद मानकीकरण (D) उत्पाद संशोधन

(ii) It arises because of incentives or external rewards :

(A) Intrinsic motivation (B) Extrinsic motivation

(C) Realistic motivation (D) Unrealistic motivation

(iii) Which of the following is ***incorrect*** in reference to SMART Goals ?

(A) Specific (B) Measurable

(C) Action-oriented (D) Readable Time

(iv) In the spreadsheet, you can see a worksheet with cells placed in ________ but not in ________.

(A) Row, Column

(B) Column, Row

(C) Horizontal rows, Vertical columns

(D) Row, Horizontal columns

(v) Which of the following is ***not*** a characteristic of entrepreneurship ?

(A) It is an economic activity done to create, develop and maintain a profit-oriented organization.

(B) It begins with identifying an opportunity as a potential to sell and make profit in the market.

(C) It deals with optimization in utilization of resources.

(D) It is the inability of an enterprise and an entrepreneur to take risks.

(vi) This is defined as one that helps bring about and maintain transition to environmentally sustainable forms of production and consumption :

(A) White-Collar job (B) Green job

(C) Black Card job (D) Unemployability

2. Answer any ***5*** out of the given ***7*** questions. *5×1=5*

(i) Product shape and variety are restricted to maintain uniform quality of the product for __________.

(A) Product diversification (B) Product differentiation

(C) Product standardization (D) Product modification

(ii) ____________, मूल्य निर्धारण का मूल उद्देश्य है।

(A) उत्तरजीविता (B) लाभप्रदता

(C) प्रतिस्पर्धा को रोकना (D) मूल्य स्थिरीकरण

(iii) विपणन मिश्रण के उस तत्त्व का नाम बताइए जो उत्पादों की उपलब्धता सुनिश्चित करता है :

(A) स्थान (B) उत्पाद

(C) मूल्य (D) प्रवर्तन

(iv) निम्नलिखित में से कौन-सा प्रत्यक्ष विपणन का दूसरा नाम ***नहीं*** है ?

(A) संवाद विपणन (B) पाठ्यक्रम विपणन

(C) व्यक्तिगत विपणन (D) प्रवर्तन

(v) दो बसों का मालिक रमेश, अपनी बसों को मुम्बई से जयपुर तथा जयपुर से मुम्बई के बीच दैनिक आधार पर चलाता है।

रमेश द्वारा दी जाने वाली सेवा की पहचान कीजिए :

(A) मूर्तता के स्तर पर आधारित सेवा

(B) ग्राहकों की संख य पर आधारित सेवा संचालन

(C) ग्राहक आधारित सेवा

(D) सेवा वितरण तथा प्रसंस्करण फोकस पर आधारित सेवा

(vi) विद्यमान फर्में, नई फर्मों को बाज़ार में प्रवेश से रोकने के लिए एक मूल्य निर्धारण विधि को अपनाती हैं। मूल् यनिर्धारण की इस पद्धति को बताइए।

(vii) विपणन मिश्रण के उस तत्त्व का उल्लेख कीजिए जो ग्राहकों की आवश्यकताओं की संतुष्टि पर ज़ोर देता है।

3. दिए गए ***7*** प्रश्नों में से किन्हीं ***6*** के उत्तर दीजिए। *6×1=6*

(i) एक कम्पनी द्वारा प्रस्तावित विभिन्न प्रकार के उत्पाद कहलाते हैं :

(A) उत्पाद मिश्रण

(B) उत्पाद लाइन

(C) ब्रांडिंग

(D) विपणन मिश्रण

(ii) वितरण प्रणाली में कौन क्रय, विक्रय, संयोजन (एकत्रण) तथा ग्रेडिंग (ग्रेड तय करने) जैसे विभिन्न कार्य निष्पादित करता है ?

Prepp
Your Personal Exams Guide

(ii) __________ is the basic objective of pricing.

(A) Survival (B) Profitability

(C) Preventing competition (D) Price stabilization

(iii) Name the element of the marketing mix that ensures availability of products :

(A) Place (B) Product

(C) Price (D) Promotion

(iv) Which of the following is ***not*** another name for direct marketing ?

(A) Dialogue marketing (B) Curriculum marketing

(C) Personal marketing (D) Promotion

(v) Ramesh, the owner of two buses, runs his buses from Mumbai to Jaipur and Jaipur to Mumbai on a daily basis.

Identify the type of service offered by Ramesh :

(A) Service based on level of tangibility

(B) Service based on service operations to volume of customers

(C) Service based on customers

(D) Service based on service delivery and processing focus

(vi) Existing firms may opt for a pricing method to prevent new firms from entering the market. State this method of pricing.

(vii) State the element of marketing mix which lays emphasis on the satisfaction of the customers needs.

3. Answer any ***6*** out of the given ***7*** questions. *6×1=6*

(i) Offering of variety of products by a company is called :

(A) Product mix

(B) Product line

(C) Branding

(D) Marketing mix

(ii) Who performs the various functions like buying, selling, assembling and grading in the distribution system ?

www.prepp.in

(iii) ____________ में उत्पादों और सेवाओं के विनिमय के लिए ऑनलाइन व्यावसायिक गतिविधियों की एक विस्तृत श्रृंखला सम्मिलित है।

(A) विक्रय संवर्धन
(B) इलेक्ट्रॉनिक वाणिज्य
(C) प्रवर्तन
(D) प्रायोजन (स्पोंसरशिप)

(iv) यदि बाज़ार को माँग की विभिन्न कीमत लोच के आधार पर विभक्त किया जा सकता है, तो किस प्रकार की मूल्य निर्धारण विधि प्रभावी होगी ?

(A) भेदन (पेनेट्रेशन) मूल्य निर्धारण
(B) बाज़ार स्किमिंग मूल्य निर्धारण
(C) विभेदक मूल्य निर्धारण
(D) कथित भाव मूल्य निर्धारण

(v) जब एक ही ब्राण्ड नाम के अन्तर्गत कॉफी से लेकर टॉफी तक विभिन्न उत्पाद बेचे जाते हैं, तब यह किस प्रकार का ब्राण्ड है ?

(A) व्यक्तिगत ब्राण्ड
(B) राष्ट्रीय ब्राण्ड
(C) पारिवारिक ब्राण्ड
(D) स्थानीय ब्राण्ड

(vi) चाय के एक उत्पादक द्वारा किए गए सर्वेक्षण से पता चला है कि 72 प्रतिशत चाय उपभोक्ता उसकी चाय की पत्तियों का उपयोग करने के आदी हैं।

इस सर्वेक्षण के परिणामस्वरूप, इसके द्वारा किस प्रकार का मूल्य निर्धारण किया जाना चाहिए ?

(A) न्यून
(B) मध्यम
(C) उच्च
(D) विभेदात्मक

(vii) फास्ट-मूविंग कंज़्यूमर गुड्स (FMCG) की बिक्री के लिए, विक्रेताओं को किस स्तर के वितरण चैनल (माध्यम) का चयन करना चाहिए ?

Prepp
Your Personal Exams Guide

(iii) ____________ involves a wide range of online business activities for exchange of products and services.

(A) Sales promotion
(B) Electronic commerce
(C) Promotion
(D) Sponsorship

(iv) Which type of pricing will be effective if the market can be broken down with different price elasticity of demand ?

(A) Penetration pricing
(B) Market skimming pricing
(C) Differential pricing
(D) Perceived value pricing

(v) Which type of brand is it when under one brand name different products are being sold, ranging from coffee to toffee ?

(A) Individual brand
(B) National brand
(C) Family brand
(D) Local brand

(vi) A survey conducted by a tea producer revealed that 72 per cent tea consumers are habitual of using his tea leaves.

On the result of this survey, what type of price may be fixed by him ?

(A) Low
(B) Moderate
(C) High
(D) Discriminatory

(vii) For selling Fast-Moving Consumer Goods (FMCG), sellers should opt for which level of distribution channel ?

4. दिए गए ***6*** प्रश्नों में से किन्हीं ***5*** के उत्तर दीजिए। *5×1=5*

(i) ____________ को एक व्यवसाय द्वारा विक्रय के लिए प्रस्तावित उत्पादों के समूह के रूप में परिभाषित किया जाता है।

(A) गहराई (B) चौड़ाई

(C) स्थिरता (D) उत्पाद मिश्रण

(ii) ऐसी फर्में जो अपने उत्पादों का विपणन अच्छे मूल्य पर नहीं कर सकती वे लम्बे समय तक चालू नहीं रह सकती, क्योंकि वे ____________ का भुगतान करने में सक्षम नहीं हैं।

(A) उत्पादन के परिवर्तनशील कारकों

(B) उत्पादन के स्थायी कारकों

(C) उत्पादन के विभिन्न कारकों

(D) लागत

(iii) निम्नलिखित में से कौन वस्तुओं का स्वामित्व लेता है तथा वह केवल अनुपूरक वस्तुओं का ही व्यवसाय करता है ?

(A) वितरक (B) थोक विक्रेता

(C) एजेंट (D) फुटकर विक्रेता

(iv) शालू, उदयपुर और सिक्किम गई तथा उसने सिक्किम के अपने आश्चर्यजनक अनुभवों को साझा किया, परन्तु वह वहाँ की अधिक गर्मी के कारण उदयपुर में बिताए गए उसके समय से संतुष्ट नहीं थी। उपर्युक्त कथन में सेवा की कौन-सी विशेषता की चर्चा की गई है ?

(A) समकालीनता

(B) अमूर्तता

(C) भंगुरता

(D) ग़ैर-स्वामित्व

(v) एक विशिष्ट प्रकार के फर्नीचर के उत्पादक के लिए अत्यधिक उपयुक्त वितरण चैनल (माध्यम) के प्रकार का नाम बताइए।

(vi) कोटलर ने प्रवर्तन (प्रमोशन) मिश्रण के ____________ तत्त्वों की पहचान की।

(A) 7 (B) 5

(C) 8 (D) 6

prepp Your Personal Exams Guide

4. Answer any ***5*** out of the given ***6*** questions. *5×1=5*

(i) __________ is defined as the composite of products offered for sale by a business.

(A) Depth (B) Breadth

(C) Consistency (D) Product mix

(ii) The firms which are not able to market their products at good prices cannot survive in the long run, as they are not able to pay for the __________.

(A) Variable factors of production

(B) Fixed factors of production

(C) Various factors of production

(D) Cost

(iii) Who, out of the following, takes ownership of goods and he deals only in complementary goods ?

(A) Distributor (B) Wholesaler

(C) Agent (D) Retailer

(iv) Shalu went to Udaipur and Sikkim and shared her wonderful experience of Sikkim, but was not satisfied with the time she spent in Udaipur because of high temperature. Which characteristic of service is discussed in the above statement ?

(A) Simultaneity

(B) Intangibility

(C) Perishability

(D) Non-ownership

(v) Name the type of channel of distribution most suitable for an exclusive furniture manufacturer.

(vi) Kotler identified ______________ elements of promotion mix.

(A) 7 (B) 5

(C) 8 (D) 6

Prepp Your Personal Exams Guide

5. दिए गए *6* प्रश्नों में से किन्हीं *5* के उत्तर दीजिए। *5×1=5*

(i) एक उत्पादक तैयार राजमा, दाल मखनी तथा पैक की गई रोटी कार्यकारी वर्ग या विद्यार्थियों को उनकी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए प्रस्तावित करता है। यह कहलाता/कहलाती है :

(A) उत्पाद लाइन (B) उत्पाद स्थापन

(C) उत्पाद पुनःस्थापन (D) उत्पाद मानकीकरण

(ii) यह मूल्य निर्धारण की ऐसी विधि है जो कम्पनी के लाभ उद्देश्यों को ध्यान में रखती है तथा इसकी उत्पादन लागत को पूरा करती है :

(A) माँग-आधारित मूल् यनिर्धारण

(B) प्रतिस्पर्धा-उन्मुख मूल् यनिर्धारण

(C) लागत-उन्मुख मूल्य निर्धारण

(D) सम-विच्छेद मूल् यनिर्धारण

(iii) निम्नलिखित में से किसे वितरण चैनल (माध्यम) में हानि के जोखिम को अपने ऊपर लेना चाहिए ?

(A) उत्पादक (B) व्यापारी

(C) मध्यस्थ (D) सभी प्रतिभागी

(iv) उन गतिविधियों का नाम बताइए जो स्टोर में उपस्थित चयनित दर्शकों को लक्षित करती हैं।

(v) सेवा एक वस्तु नहीं परन्तु एक प्रक्रिया है, परन्तु साथ ही सेवाएँ, ____________ के लिए वस्तुओं पर निर्भर होती हैं।

(A) गुणवत्ता (B) प्रकार

(C) निष्पादन (D) योगदान

(vi) जब फुटकर मूल्यों में एक निश्चित सीमा से अधिक परिवर्तन होने की संभावना होती है तथा प्रतिस्पर्धियों द्वारा मूल्यों में परिवर्तन का कम्पनी की बिक्री पर पर्याप्त प्रभाव पड़ता है, तो प्रबंधकों द्वारा कौन-सी मूल्य निर्धारण विधि अपनाई जाती है ?

(A) चालू दर मूल्य निर्धारण (B) सीलबंद बोली मूल्य निर्धारण

(C) गुण-आधारित मूल्य निर्धारण (D) मूल्य रेखांकन (लाइनिंग)

Prepp Your Personal Exams Guide

5. Answer any ***5*** out of the given ***6*** questions. *5×1=5*

(i) A producer is offering readymade rajma, dal makhani and packed roti to working class, or students to meet their needs. It is known as :

(A) Product line (B) Product positioning

(C) Product repositioning (D) Product standardization

(ii) This is the practice of setting prices that takes into account the company's profit objectives and covers its cost of production.

(A) Demand-based pricing

(B) Competition-oriented pricing

(C) Cost-oriented pricing

(D) Break-even pricing

(iii) Who, out of the following, must assume risk of loss in the distribution channel ?

(A) Producer (B) Trader

(C) Middleman (D) All the participants

(iv) Name the activities that are targeted to a selective audience which might be present in a store.

(v) Service is not a thing but a process, but at the same time services rely upon things for their____________.

(A) Quality (B) Type

(C) Performance (D) Contribution

(vi) Which pricing method is followed by the managers when retail price changes are likely to go beyond the given range, and price changes by competitors have a substantial effect on the company's sales ?

(A) Going rate pricing (B) Sealed bid pricing

(C) Value-based pricing (D) Price lining

Prepp Your Personal Exams Guide

6. दिए गए *6* प्रश्नों में से किन्हीं *5* के उत्तर दीजिए। $5\times1=5$

(i) पी एण्ड जी द्वारा एरियल तथा टाइड डिटर्जेंट पाउडर का उत्पादन किया जाता है। उपर्युक्त उदाहरण ____________ से संबंधित है।

(A) फैमिली ब्राण्ड (B) स्टोर ब्राण्ड

(C) राष्ट्रीय ब्राण्ड (D) व्यक्तिगत ब्राण्ड

(ii) उस मूल्यनिर्धारण विधि का नाम बताइए जो सामान्यतः पूर्ण प्रतिस्पर्धा में अपनाई जाती है जहाँ क्रेता तथा विक्रेता भलीभाँति रूप से सूचित होते हैं।

(iii) ____________ उत्पादक से अभिप्रेरित उपयोगकर्ता तक उत्पादों को पहुँचाने की प्रक्रिया है।

(A) स्थान

(B) वितरण चैनल (माध्यम) का चयन

(C) उत्पादन प्रक्रिया

(D) मध्यस्थ

(iv) प्रवर्तन लक्ष्य प्राप्त करता है तथा अन्य विपणन संप्रेषणों के परिणामों को सुधारता है।

इस वाक्य में प्रवर्तन के किस महत्त्व की चर्चा की गई है ?

(A) उपयोगिता को बढ़ाना

(B) संबंध

(C) कम्पनी के अन्य प्रयासों में सहायक

(D) अनुनय

(v) एक होटल में कार्यरत चतुर्थ श्रेणी के कर्मचारी हमेशा साफ वर्दी पहनते हैं। यहाँ पर कौन-सी सेवा गुणवत्ता का संदर्भ दिया गया है ?

(A) ग्राहकों को समझना

(B) मूर्त उत्पाद

(C) शिष्टाचार

(D) साख (विश्वसनीयता)

(vi) निम्नलिखित में से किसने ग्राहकों के विश्वास को जीतने के लिए प्रभावकारी व्यक्तियों की भूमिका पर ज़ोर दिया ?

(A) लेनोवो

(B) कोटलर

(C) स्टैंटन

(D) विक्रय संवर्धन संस्थान – यूके

Prepp Your Personal Exams Guide

6. Answer any ***5*** out of the given ***6*** questions. *5×1=5*

(i) Ariel and Tide detergent powders are being manufactured by P&G. The above example is related to :

(A) Family brand (B) Store brand

(C) National brand (D) Individual brand

(ii) Name the pricing method which generally takes place in perfect competition, where the buyers and sellers are well informed.

(iii) ______________ is the process of moving products from the producer to the intended user.

(A) Place

(B) Choice of channel of distribution

(C) Production process

(D) Middleman

(iv) Promotion accomplishes goals and enhances the results of other marketing communications.

Which importance of promotion is discussed in this sentence ?

(A) Increases utility

(B) Relationship

(C) Assist company's other efforts

(D) Persuasion

(v) The Class IV employees working in a hotel always wear clean uniforms. Which service quality is referred here ?

(A) Understanding the customers

(B) Tangibles

(C) Courtesy

(D) Credibility

(vi) Who, out of the following, laid stress on the role of influencers to win the confidence of customers ?

(A) Lenovo

(B) Kotler

(C) Stanton

(D) Institute of Sales Promotion – UK

Prepp
Your Personal Exams Guide

खण्ड ख

(विषयपरक प्रकार के प्रश्न) (30 अंक)

*रोज़गार कौशल पर दिए गए **5** प्रश्नों में से किन्हीं **3** के उत्तर दीजिए । प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 20 – 30 शब्दों में दीजिए।* *3×2=6*

7. ऐसी किन्हीं दो तकनीकों का सुझाव दीजिए जो हमें दीर्घकाल तक एक सकारात्मक सोच को बनाए रखने में सहायता कर सकती हैं।

8. एक व्यक्ति के व्यक्तित्व का वर्णन करने के पाँच मानदंड होते हैं। इन पाँच आयामों को 'बिग फाइव फैक्टर' भी कहते हैं तथा इस मॉडल को 'पाँच कारक मॉडल' के नाम से जाना जाता है। इनके नाम बताइए तथा किसी एक को परिभाषित कीजिए।

9. प्रस्तुति में क्लिपआर्ट तथा चित्रों को इन्सर्ट करने की प्रक्रिया लिखिए।

10. 'जब एक परिवार या एक व्यक्ति, एक व्यवसाय को सफलतापूर्वक चलाता है तथा इसे आने वाली पीढ़ी को सौंपता है, तब ऐसे उद्यमी को सामान्यत: पारिवारिक व्यवसाय उद्यमी कहा जाता है।' इसको विस्तार से समझाइए।

11. 'स्टार्टअप एक ऐसी कम्पनी होती है जो अपने संचालन के प्रथम चरण में होती है।' समझाइए।

*दिए गए **5** प्रश्नों में से किन्हीं **3** के उत्तर 20 – 30 शब्दों (प्रत्येक) में दीजिए।* *3×2=6*

12. ऑनलाइन विपणन के किन्हीं दो उदाहरणों की चर्चा कीजिए।

13. फिलिप कोटलर के अनुसार सेवा को परिभाषित कीजिए।

14. भारत में सेवा क्षेत्र पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।

15. विक्रय संवर्धन से आप क्या समझते हैं ?

16. अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन द्वारा दी गई विज्ञापन की अवधारणा के चार तत्त्वों को सूचीबद्ध कीजिए।

SECTION B
(Subjective Type Questions)
(30 marks)

*Answer any **3** out of the given **5** questions on Employability Skills. Answer each question in 20 – 30 words.* *3×2=6*

7. Suggest any two techniques that can help us to maintain a positive outlook in the long run.

8. There are five parameters that describe an individual's personality. These five dimensions are also called the 'Big Five Factors', and the model is referred to as the 'Five Factors Model'. Name them and define any one.

9. Write the procedure of inserting clipart and images in a presentation.

10. 'When a family or an individual runs a business successfully and passes it on to the next generation, such an entrepreneur is generally termed a family business entrepreneur.' Elaborate on it.

11. 'A startup is a company that is in the first stage of its operations.' Explain.

*Answer any **3** out of the given **5** questions in 20 – 30 words each.* *3×2=6*

12. Discuss any two examples of Online Marketing.

13. Define service according to Philip Kotler.

14. Write a short note on the service sector in India.

15. What do you understand by sales promotion ?

16. Enlist the four elements of the concept of advertising given by the American Marketing Association.

www.prepp.in

*दिए गए **3** प्रश्नों में से किन्हीं **2** के उत्तर 30 – 50 शब्दों (प्रत्येक) में दीजिए।* *2×3=6*

17. उत्पाद के मूर्त गुणों के अतिरिक्त, क्रय निर्णय अन्य विभिन्न कारकों पर निर्भर करता है। इनको सूचीबद्ध कीजिए।

18. ऐसी किन्हीं तीन परिस्थितियों का उल्लेख कीजिए जहाँ भेदन (पेनेट्रेशन) मूल्य निर्धारण नीति प्रभावी हो।

19. वितरण चैनलों (माध्यमों) द्वारा निष्पादित किए जाने वाले ढुलाई संबंधी (लॉजिस्टिकल) कार्य को समझाइए।

*दिए गए **5** प्रश्नों में से किन्हीं **3** के उत्तर 50 – 80 शब्दों (प्रत्येक) में दीजिए।* *3×4=12*

20. उन शक्तियों की चर्चा कीजिए जिन्हें फर्म द्वारा स्वयं की आवश्यकता अनुसार किसी भी सीमा तक नियमित तथा परिवर्तित नहीं किया जा सकता है।

21. उस बाज़ार-संचालित मूल्य निर्धारण विधि की पहचान कीजिए तथा समझाइए जो वहाँ प्रयुक्त की जाती है जहाँ पर विपणनकर्ता इसकी माँग तीव्रता के लिए बाज़ार का विश्लेषण नहीं करता है।

22. ऐसे मध्यस्थ द्वारा निष्पादित उन कार्यों को समझाइए जो उच्च लाभ मार्जिन पर बेचता है तथा एक केन्द्रीय स्थान पर आवास के लिए किराए का भुगतान करता है।

23. ग्राहक-अनुरूप विपणन दृष्टिकोण अपने उद्देश्यों को कैसे प्राप्त करता है ?

24. सोशल मीडिया मार्केटिंग के किन्हीं चार प्लेटफ़ॉर्म की चर्चा कीजिए।

Prepp
Your Personal Exams Guide

*Answer any **2** out of the given **3** questions in 30 – 50 words each.* *2×3=6*

17. Apart from tangible attributes of the product, the purchase decision is dependent upon various other factors. Enlist them.

18. State any three conditions where penetration pricing policy is very effective.

19. Explain logistical function as performed by channels of distribution.

*Answer any **3** out of the given **5** questions in 50 – 80 words each.* *3×4=12*

20. Discuss the forces which cannot be regulated and changed as per the requirement by the firm up to any extent by itself.

21. Identify and explain the method of market-driven pricing which is practised where the marketer does not analyze market for its intensity of demand.

22. Explain the functions performed by the middleman who sells at a higher profit margin and pays rent for accommodation in a central place.

23. How does custom-tailored marketing approach achieve its objective ?

24. Discuss any four platforms of Social Media Marketing.