

Series GBM

कोड नं. **307**
Code No.रोल नं.

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|

Roll No.

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|

परीक्षार्थी कोड को उत्तर-पुस्तिका के मुख-पृष्ठ पर अवश्य लिखें ।

Candidates must write the Code on the title page of the answer-book.

- कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में मुद्रित पृष्ठ 8 हैं ।
- प्रश्न-पत्र में दाहिने हाथ की ओर दिए गए कोड नम्बर को छात्र उत्तर-पुस्तिका के मुख-पृष्ठ पर लिखें ।
- कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में 34 प्रश्न हैं ।
- कृपया प्रश्न का उत्तर लिखना शुरू करने से पहले, प्रश्न का क्रमांक अवश्य लिखें ।
- 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 छात्र केवल प्रश्न-पत्र को पढ़ेंगे और इस अवधि के दौरान वे उत्तर-पुस्तिका पर कोई उत्तर नहीं लिखेंगे ।
- Please check that this question paper contains 8 printed pages.
- Code number given on the right hand side of the question paper should be written on the title page of the answer-book by the candidate.
- Please check that this question paper contains 34 questions.
- **Please write down the Serial Number of the question before attempting it.**
- 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 students will read the question paper only and will not write any answer on the answer-book during this period.

विपणन – II

MARKETING – II

निर्धारित समय : 3 घण्टे

Time allowed : 3 hours

अधिकतम अंक : 60

Maximum Marks : 60

सामान्य निर्देश :

- (i) यह प्रश्न-पत्र चार खण्डों में विभाजित है ।
- (ii) खण्ड क में एक-एक अंक के 9 प्रश्न हैं । इन सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
- (iii) खण्ड ख में दो-दो अंकों के 12 छोटे उत्तर वाले प्रश्न हैं । इनमें से किन्हीं 10 प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
- (iv) खण्ड ग में तीन-तीन अंकों के 9 छोटे उत्तर वाले प्रश्न हैं । इनमें से किन्हीं 7 प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
- (v) खण्ड घ में पाँच-पाँच अंकों के 4 लम्बे उत्तर वाले प्रश्न हैं । इनमें से किन्हीं 2 प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

General Instructions :

- (i) This question paper is divided into **four** sections.
- (ii) Section A contains **9** questions carrying **one** mark each. Answer **all** these questions.
- (iii) Section B contains **12** Short Answer Type Questions carrying **two** marks each. Answer any **ten** of these questions.
- (iv) Section C contains **9** Short Answer Type Questions carrying **three** marks each. Answer any **seven** of these questions.
- (v) Section D contains **4** Long Answer Type Questions carrying **five** marks each. Answer any **two** of these questions.

खण्ड क

SECTION A

इस खण्ड से सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

1×9=9

Answer **all** the questions from this section :

1. निम्नलिखित में से कौन-सा संवर्धन मिश्र का तत्त्व **नहीं** है ?
 - (क) विज्ञापन
 - (ख) व्यक्तिगत विक्रय
 - (ग) प्रत्यक्ष विपणन
 - (घ) लेबलिंग

Which of the following is **not** an element of promotion mix ?

- (a) Advertising
- (b) Personal selling
- (c) Direct marketing
- (d) Labelling

2. ऐवन, ऐमवे तथा टप्परवेयर निम्नलिखित में से कौन-से वितरण माध्यम के प्रकार का उपयोग करते हैं ?

- (क) प्रत्यक्ष विपणन प्रणाली
- (ख) अप्रत्यक्ष विपणन प्रणाली
- (ग) अग्र प्रणाली
- (घ) फैशन प्रणाली

Avon, Amway and Tupperware use which of the following forms of channel distribution ?

- (a) Direct marketing channel
- (b) Indirect marketing channel
- (c) Forward channel
- (d) Fashion channel

3. निम्नलिखित में से कौन-सा एक शब्द या पद विपणन माध्यम के लिए प्रयुक्त होता है ?

- (क) ग्राहक मूल्य वितरण प्रणाली
- (ख) धक्का-खींच प्रणाली
- (ग) सेवा प्रणाली
- (घ) प्रवाह प्रणाली

Which of the following is another term or phrase for a marketing channel ?

- (a) Customer value delivery system
- (b) Push-Pull system
- (c) Service system
- (d) Flow system

4. ऐसी कोई वस्तु जो बाज़ार में ध्यान, अधिग्रहण, उपयोग या उपभोग के लिए पेश की जाती है जिससे माँग या आवश्यकता की संतुष्टि होती है उसे कहते हैं
- (क) विचार
 - (ख) माँग
 - (ग) उत्पाद
 - (घ) सेवा

Anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use or consumption that might satisfy a want or a need is called a/an

- (a) Idea
 - (b) Demand
 - (c) Product
 - (d) Service
5. सेवा की कौन-सी मूलभूत विशेषता उसको उत्पाद से अलग करती है ?
- (क) आकार
 - (ख) आमाप
 - (ग) बहुत महँगा
 - (घ) अस्पृश्यता

Which basic property of a service makes it different from a product ?

- (a) Shape
 - (b) Size
 - (c) Very expensive
 - (d) Intangibility
6. निम्नलिखित में से कौन-सा उत्पाद दिनचर्या निर्णय लेने के माध्यम से खरीदा जा सकता है ?
- (क) टेलीविज़न सेट
 - (ख) शीतल-पेय
 - (ग) कमीज़
 - (घ) मोटर-गाड़ी

Which of the following products is most likely to be purchased through routine decision-making ?

- (a) Television set
- (b) Soft-drink
- (c) Shirt
- (d) Car

7. उपभोक्ता प्रतियोगिता किसका एक उदाहरण है ?

- (क) व्यक्तिगत विक्रय
- (ख) विक्रय संवर्धन
- (ग) विज्ञापन
- (घ) अप्रत्यक्ष विक्रय

A consumer contest is an example of

- (a) Personal selling
- (b) Sales promotion
- (c) Advertising
- (d) Indirect selling

8. निम्नलिखित में से कौन-सा एक मानव की आवश्यकता का सर्वोत्तम उदाहरण है ?

- (क) भोजन
- (ख) फ्रेंच-फाईस
- (ग) बर्गर
- (घ) पिज्ज़ा

Which one of the following is a best example of human need ?

- (a) Food
- (b) French-fries
- (c) Burger
- (d) Pizza

9. निम्नलिखित में से कौन-सा उत्पाद निर्णयों में सम्मिलित **नहीं** है ?

- (क) स्टाइलिंग
- (ख) व्यापारिक नाम
- (ग) भण्डारण
- (घ) पैकेजिंग

Which of the following is **not** included in product decisions ?

- (a) Styling
- (b) Brand name
- (c) Warehousing
- (d) Packaging

खण्ड ख
SECTION B

इस खण्ड में से किन्हीं दस प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

2×10=20

Answer any **ten** questions from this section.

10. उदाहरण की सहायता से कोर उत्पाद को परिभाषित कीजिए ।
Define core product with the help of an example.
11. मूल्य-निर्धारण के महत्त्व के किन्हीं दो बिन्दुओं का उल्लेख कीजिए ।
State any two points of importance of pricing.
12. विज्ञापन को परिभाषित कीजिए ।
Define advertising.
13. संतुलन-स्तर कीमत-निर्धारण किस तरह कार्य करता है ?
How does break-even-pricing work ?
14. खुदरा विक्रेताओं के किन्हीं दो कार्यों का उल्लेख कीजिए ।
State any two functions of retailers.
15. ऑनलाइन विपणन को परिभाषित कीजिए ।
Define online marketing.
16. प्रतियोगिता और स्वीपस्टेक्स को परिभाषित कीजिए ।
Define contest and sweepstakes.
17. संवर्धित उत्पाद का क्या अर्थ है ?
What is meant by augmented product ?
18. विपणन मिश्र के अंतर्गत जगह को परिभाषित कीजिए ।
Define place under marketing mix.
19. शून्य वितरण माध्यम (स्तर) का क्या अर्थ है ?
What is meant by zero level of distribution ?
20. पैकेजिंग और लेबलिंग को परिभाषित कीजिए ।
Define packaging and labelling.
21. प्रवर्तन विपणकों के लिए क्यों आवश्यक है ? संक्षेप में समझाइए ।
Why is promotion required for marketers ? Explain briefly.

खण्ड ग
SECTION C

इस खण्ड में से किन्हीं सात प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

3×7=21

Answer any **seven** questions from this section.

22. सेवा विपणन की किन्हीं तीन विशेषताओं का उल्लेख कीजिए ।
State any three features of service marketing.
23. मूल्य-निर्धारण के नियंत्रित कारक कौन-से हैं ? संक्षेप में समझाइए ।
What are controllable factors of pricing ? Explain briefly.
24. बिचौलियों के किन्हीं तीन कार्यों का उल्लेख कीजिए ।
State any three functions of intermediaries.
25. संवर्धन के लिए ध्यान में रखे जाने वाले किन्हीं तीन कारकों का उल्लेख कीजिए ।
State any three factors that must be considered for promotion.
26. उत्पाद के विभिन्न स्तरों का उल्लेख कीजिए ।
State the various levels of a product.
27. एक उत्पाद के लिए पैकेजिंग की भूमिका को संक्षेप में समझाइए ।
Explain briefly the role of packaging for a product.
28. विपणन मिश्र के एक घटक के रूप में उत्पाद मिश्र को संक्षेप में समझाइए ।
Explain briefly product mix as an element of marketing mix.
29. विपणन मिश्र में जगह एक महत्वपूर्ण घटक क्यों है ? समझाइए ।
Why is place an important element under marketing mix ? Explain.
30. सेवाओं और वस्तुओं में अन्तर बताइए ।
Distinguish between services and goods.

खण्ड घ
SECTION D

इस खण्ड में से किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

5×2=10

Answer any **two** questions from this section.

- 31.** विभिन्न प्रकार के वितरण माध्यमों का संक्षेप में वर्णन कीजिए ।

Briefly describe the different types of channels of distribution.

- 32.** ऑनलाइन विपणन किस प्रकार विपणकों और उपभोक्ताओं के लिए काम करता है ? संक्षेप में समझाइए ।

How does online marketing work for marketers and consumers ? Explain briefly.

- 33.** संवर्धन मिश्र का क्या अर्थ है ? संवर्धन मिश्र के विभिन्न तत्वों को संक्षेप में समझाइए ।

What is meant by promotion mix ? Explain briefly the various elements of promotion mix.

- 34.** मूल्य-निर्धारण की विभिन्न रणनीतियों का संक्षेप में वर्णन कीजिए ।

Briefly describe the various pricing strategies.