

Series BVM

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 33 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 33 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

MARKETING

निर्धारित समय : 3 घण्टे

Time allowed : 3 hours

अधिकतम अंक : 60

Maximum Marks : 60

सामान्य निर्देश :

- (i) इस प्रश्न-पत्र में 33 प्रश्न शामिल हैं जिनमें से अभ्यर्थी को सिर्फ 25 प्रश्न करने की ज़रूरत है ।
- (ii) प्रश्न-पत्र दो खण्डों में विभाजित है ।

खण्ड क

- बहुविकल्पीय प्रश्न / रिक्त स्थान भरिए / सीधे प्रश्न : कुल 12 प्रश्न शामिल हैं जो 1 – 1 अंक के हैं । इनमें से किन्हीं 10 प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
- अति लघु उत्तरीय प्रश्न : इनमें कुल 7 प्रश्न शामिल हैं, प्रत्येक के 2 अंक हैं । इनमें से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
- लघु उत्तरीय प्रश्न : इनमें कुल 7 प्रश्न शामिल हैं, प्रत्येक के 3 अंक हैं । इनमें से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

खण्ड ख

दीर्घ उत्तरीय / निबन्धात्मक प्रश्न : इनमें कुल 7 प्रश्न शामिल हैं, प्रत्येक के 5 अंक हैं । इनमें से किन्हीं 5 प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

General Instructions :

- (i) This question paper contains 33 questions out of which the candidate needs to attempt only 25 questions.
- (ii) Question paper is divided into two sections.

SECTION A

- Multiple choice questions / Fill in the blanks/Direct questions : contains total 12 questions of 1 mark each. Answer any 10 questions.
- Very short answer type questions : contains total 7 questions of 2 marks each. Answer any 5 questions.
- Short answer type questions : contains total 7 questions of 3 marks each. Answer any 5 questions.

SECTION B

Long answer / Essay type questions : contains total 7 questions of 5 marks each. Answer any 5 questions.

खण्ड क

SECTION A

बहुविकल्पीय प्रश्न (प्रत्येक 1 अंक)

Multiple Choice Questions (1 mark each)

निम्नलिखित में से किन्हीं दस प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

1×10=10

Answer **any ten** of the following questions :

1. फर्नीचर, टेलीविज़न सैट, रेफ्रिजरेटर निम्नलिखित प्रकार की वस्तुओं के उदाहरण हैं :

- (क) शॉपिंग
- (ख) विशिष्ट
- (ग) सुविधा
- (घ) औद्योगिक

Furniture, T.V. sets, Refrigerators are the examples of the following type of goods :

- (a) Shopping
- (b) Speciality
- (c) Convenience
- (d) Industrial

2. कार्यालय उपकरण इस श्रेणी के उत्पादों के अन्तर्गत आते हैं :

- (क) उपभोक्ता
- (ख) औद्योगिक
- (ग) विशिष्ट
- (घ) सुविधा

Office equipment falls under this category of products :

- (a) Consumer
- (b) Industrial
- (c) Speciality
- (d) Convenience

3. निम्नलिखित में से यह तेल की पैकेजिंग के लिए ठीक रहेगा :

- (क) लकड़ी की पेट्टी
- (ख) गत्ते का डिब्बा
- (ग) बोरा
- (घ) बोतल

Out of the following, this will be suitable for packaging oil :

- (a) Wooden Box
- (b) Cardboard box
- (c) Sack
- (d) Bottle

4. किसी उत्पाद के जीवन के प्रारम्भिक वर्षों में बहुत अधिक मूल्य वसूल करने की नीति को कहा जाता है
- (क) मक्खन बटोरने वाली मूल्य नीति
 - (ख) बाज़ार भेदने वाली मूल्य नीति
 - (ग) नेता अनुसरण मूल्य नीति
 - (घ) ग़ैर-प्रतिस्पर्धात्मक मूल्य नीति

The policy of charging very high price in the initial stages of the life of a product is called

- (a) Skimming-the-Cream Price Policy
 - (b) Penetrating Price Policy
 - (c) Follow-the-Leader Price Policy
 - (d) Non-competitive Price Policy
5. निम्नलिखित में से यह एक नीति निर्धारण का उद्देश्य *नहीं* है :
- (क) विनियोजित पूँजी पर निर्धारित दर से आय प्राप्त करना
 - (ख) प्रतिस्पर्धा का सामना करना
 - (ग) पूँजी प्राप्त करने की लागत घटाना
 - (घ) बाज़ार में हिस्सेदारी बनाए रखना या बढ़ाना

This one of the following is *not* an objective of pricing :

- (a) To achieve target rate of return on invested capital
 - (b) To face competition
 - (c) To reduce the cost of raising capital
 - (d) To maintain or improve share of the market
6. यह एक विशाल फुटकर विक्रय प्रतिष्ठान है जिसमें ग्राहक एक ही छत के नीचे अपनी आवश्यकताओं का लगभग सारा सामान खरीद सकते हैं :
- (क) बहुसंख्यक दुकान
 - (ख) विभागीय भंडार
 - (ग) सुविधा स्टोर
 - (घ) जनरल स्टोर

It is a large scale retail establishment where customers can buy almost all their requirements under one roof :

- (a) Multiple shop
- (b) Departmental store
- (c) Convenience store
- (d) General store

7. इसमें न तो क्रेता विक्रेता के यहाँ जाता है और न विक्रेता क्रेता के यहाँ :

- (क) विभागीय भंडार
- (ख) जनरल स्टोर
- (ग) डाक द्वारा व्यवसाय
- (घ) सुपर बाज़ार

In this neither the buyer visits the seller's place nor the seller visits the buyer's place :

- (a) Departmental store
- (b) General store
- (c) Mail order business
- (d) Super market

8. विपणन मिश्रण के संदर्भ में, संवर्धन का अर्थ है

- (क) सेल्समैन की सेल्स मैनेजर के पद पर पदोन्नति
- (ख) बेचे जाने वाले उत्पादों की संख्या में वृद्धि
- (ग) बेचे जाने वाले उत्पादों की गुणवत्ता में सुधार
- (घ) सम्भावित ग्राहकों को कोई वस्तु खरीदने हेतु प्रेरित करने की प्रक्रिया

In the context of Marketing Mix, promotion means

- (a) Promoting a salesman to the post of Sales Manager
- (b) Increasing the number of products to be sold
- (c) Improving the quality of the products to be sold
- (d) The process of persuading prospective customers to buy a product

9. यह विक्रय की तकनीकों में से एक **नहीं** है :

- (क) प्रदर्शनी
- (ख) मुफ्त में नमूनों का वितरण
- (ग) इनामी प्रतियोगिता
- (घ) विज्ञापन

It is **not** one of the sales techniques :

- (a) Exhibition
- (b) Distribution of the free samples
- (c) Prize contest
- (d) Advertising

10. निम्नलिखित में से कौन-सा कथन सही है ?
- (क) विज्ञापन और प्रचार एक ही हैं
 - (ख) विज्ञापन और व्यक्तिगत विक्रय एक ही हैं
 - (ग) व्यक्तिगत विक्रय और विक्रय कला (सेल्समेनशिप) पर्यायवाची हैं
 - (घ) विक्रय प्रवर्तन (सेल्स प्रमोशन) के अन्तर्गत विज्ञापन शामिल है

Which of the following statements is correct ?

- (a) Advertising and Publicity are the same
 - (b) Advertising and Personal selling are the same
 - (c) Personal selling and Salesmanship are synonymous
 - (d) Advertising is included under Sales Promotion
11. माँग की आशा में इनका उत्पादन किया जा सकता है एवं संग्रहण किया जा सकता है :
- (क) उत्पाद
 - (ख) सेवाएँ
 - (ग) उपर्युक्त दोनों
 - (घ) उपर्युक्त में से कोई नहीं

These can be produced in anticipation of demand and can be stored :

- (a) Products
 - (b) Services
 - (c) Both of the above
 - (d) None of the above
12. फेसबुक और यू-ट्यूब _____ प्लेटफॉर्म के नाम हैं ।

- (क) रेलवे
- (ख) सोशल मीडिया
- (ग) पब्लिक
- (घ) राजनैतिक

Facebook and You Tube are the names of _____ platforms.

- (a) Railway
- (b) Social Media
- (c) Public
- (d) Political

अति लघु उत्तरीय प्रश्न (प्रत्येक 2 अंक)

Very Short Answer Questions (2 marks each)

निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

2×5=10

Answer **any five** of the following questions :

13. फुटकर व्यापारियों तथा थोक व्यापारियों के बीच अंतर के किन्हीं दो बिन्दुओं को बताइए ।
Give any two points of difference between Retailers and Wholesalers.
14. विशिष्ट उत्पाद स्टोर तथा जनरल स्टोर में अंतर स्पष्ट कीजिए ।
Distinguish between Speciality Stores and General Stores.
15. डाक द्वारा व्यवसाय क्या होता है ?
What is Mail Order Business ?
16. सेवाओं के विपणन में आने वाली किन्हीं दो समस्याओं को बताइए ।
State any two problems faced in marketing of services.
17. इन्टरनेट मार्केटिंग से आप क्या समझते हैं ?
What do you mean by Internet Marketing ?
18. समाचार-पत्रों द्वारा विज्ञापन के कोई दो लाभ समझाइए ।
Explain any two advantages of Newspaper Advertising.
19. एक अच्छे विक्रेता के कोई दो गुण समझाइए ।
Explain any two qualities of a good salesman.

लघु उत्तरीय प्रश्न (प्रत्येक 3 अंक)

Short Answer Questions (3 marks each)

निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

3×5=15

Answer **any five** of the following questions :

20. औद्योगिक उत्पाद क्या होते हैं ? किन्हीं तीन प्रकार के औद्योगिक उत्पादों के उदाहरण दीजिए ।
What are industrial products ? Give examples of any three types of industrial products.
21. 'वस्तुओं के नामकरण' (ब्रान्डिंग) से आप क्या समझते हैं ? एक अच्छे ब्रान्ड नाम की कोई चार विशेषताएँ बताइए ।
What do you understand by 'Branding' ? Give any four characteristics of a good brand name.
22. विपणन में मूल्य निर्धारण के महत्त्व को समझाइए ।
Explain the importance of pricing in marketing.
23. अधिकतम लाभ कमाना ही मूल्य निर्धारण का एकमात्र उद्देश्य नहीं होना चाहिए । क्यों ?
Profit maximisation should not be the sole objective of pricing. Why ?

24. विक्रय (वेंडिंग) मशीनें क्या होती हैं ? उनके गुण व अवगुण बताइए ।
What are vending machines ? Give their merits and demerits.
25. टेलीविज़न विज्ञापन के लाभ व दोष बताइए ।
State the advantages and drawbacks of Television Advertising.
26. सोशल मीडिया तथा कागज आधारित मीडिया के बीच अन्तर स्पष्ट कीजिए ।
Distinguish between Social Media and Paper Based Media.

खण्ड ख

SECTION B

निम्नलिखित में से **किन्हीं पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

5×5=25

Answer **any five** of the following questions :

27. उत्पाद जीवन चक्र की अवधारणा को समझाइए ।
Explain the concept of Product Life Cycle.
28. मूल्य निर्धारण की किसी एक पद्धति की चर्चा कीजिए । उसके लाभों व हानियों को बताइए ।
Discuss any one method of Pricing. State its advantages and disadvantages.
29. एक उपभोक्ता उत्पाद के लिए वितरण के माध्यमों का चुनाव करते समय आप किन कारकों पर विचार करेंगे ?
What factors would you consider while selecting the channels of distribution for a consumer product ?
30. आधुनिक व्यवसाय में मध्यस्थों की भूमिका का परीक्षण कीजिए । क्या उनको समाप्त कर दिया जाना चाहिए ?
Examine the role of middlemen in modern business. Should these be eliminated ?
31. संवर्धन मिश्रण क्या है ? संक्षेप में इसके घटकों को समझाइए ।
What is Promotion Mix ? Explain its components in brief.
32. व्यक्तिगत विक्रय के विभिन्न चरणों का वर्णन कीजिए ।
Describe the various steps in Personal Selling.
33. “यदि आप अपने व्यवसाय को बढ़ाने का प्रयत्न कर रहे हैं, तो सोशल मीडिया बहुत मददगार हो सकता है ।” इस कथन के समर्थन हेतु सोशल मीडिया के लाभों को बताइए ।
“If you are trying to promote your business, social media can be a huge help.” Give the advantages of social media to support this statement.