

Series SGN

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 11 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 31 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 11 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 31 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) प्रश्न संख्या 1 से 14 तक एक-एक अंक वाले बहुविकल्पी प्रश्न हैं। आपको अपनी उत्तर पुस्तिका में सही विकल्प को लिखना है।
- (ii) प्रश्न संख्या 15 से 23 तक दो-दो अंकों वाले प्रश्न हैं। इनमें से प्रत्येक प्रश्न का उत्तर सामान्यतः 70 शब्दों से अधिक का नहीं होना चाहिए।
- (iii) प्रश्न संख्या 24 से 29 तक तीन-तीन अंकों वाले प्रश्न हैं। इनमें से प्रत्येक प्रश्न का उत्तर सामान्यतः 100 शब्दों से अधिक का नहीं होना चाहिए।
- (iv) प्रश्न संख्या 30 व 31 के प्रश्न पाँच-पाँच अंकों वाले हैं। इनमें से प्रत्येक प्रश्न का उत्तर सामान्यतः 150 शब्दों से अधिक का नहीं होना चाहिए।

General Instructions :

- (i) Questions from serial no. 1 to 14 are Multiple Choice Questions carrying **one** mark each. You have to write the correct option in your answer book.
- (ii) Questions from serial no. 15 to 23 carry **two** marks each. Answers to such questions should normally not exceed 70 words each.
- (iii) Questions from serial no. 24 to 29 carry **three** marks each. Answers to such questions should normally not exceed 100 words each.
- (iv) Questions at serial no. 30 and 31 carry **five** marks each. Answers to these questions should normally not exceed 150 words each.

1. निम्नलिखित में से कौन-सा एक शॉपिंग उत्पाद है ?

1

- (क) टेलीविज़न सेट
- (ख) कच्चा माल
- (ग) चीनी
- (घ) दूध

Which of the following is a Shopping Product ?

- (a) T.V. Set
- (b) Raw Material
- (c) Sugar
- (d) Milk

2. किसी उत्पाद के जीवन चक्र के विभिन्न चरणों को निम्नलिखित क्रम से सूची में रखा जाता है : 1

- (क) प्रस्तुति, वृद्धि, परिपक्वता, प्रौढ़ता, पतन
- (ख) प्रस्तुति, वृद्धि, प्रौढ़ता, परिपक्वता, पतन
- (ग) वृद्धि, प्रस्तुति, प्रौढ़ता, परिपक्वता, पतन
- (घ) प्रस्तुति, परिपक्वता, प्रौढ़ता, वृद्धि, पतन

The various stages in the life cycle of a product are listed in the following order :

- (a) Introduction, Growth, Maturity, Saturation, Decline
- (b) Introduction, Growth, Saturation, Maturity, Decline
- (c) Growth, Introduction, Saturation, Maturity, Decline
- (d) Introduction, Maturity, Saturation, Growth, Decline

3. गेहूँ की पैकेजिंग के लिए निम्नलिखित का प्रयोग किया जाता है : 1

- (क) लकड़ी की पेटियाँ
- (ख) गत्ते के डिब्बे
- (ग) जूट की बोरियाँ
- (घ) प्लास्टिक की बाल्टियाँ

The following of these are used for packaging of wheat :

- (a) Wooden Boxes
- (b) Cardboard Boxes
- (c) Jute Sacks
- (d) Plastic Buckets

4. इस मूल्य-निर्धारण नीति के अन्तर्गत अलग-अलग ग्राहकों से अलग-अलग मूल्य वसूले जाते हैं :

1

- (क) मक्खन बटोरने वाली
- (ख) बाज़ार भेदन वाली
- (ग) नेता अनुसरण
- (घ) विभेदात्मक

Under this pricing policy, different customers are charged different prices :

- (a) Skimming-the-cream
- (b) Penetrating
- (c) Follow-the-leader
- (d) Discriminating

5. मक्खन बटोरने वाली मूल्य-निर्धारण नीति का प्रयोग तब नहीं करना चाहिए जब

1

- (क) उत्पाद नया हो और एक विशिष्ट उत्पाद हो ।
- (ख) उत्पाद को विकसित करने तथा उसकी प्रस्तुति पर बहुत भारी व्यय किया गया हो ।
- (ग) आसानी से जितनी आपूर्ति की जा सके उतने ही स्तर तक माँग को नियंत्रित रखना हो ।
- (घ) उत्पाद की माँग बहुत लोचदार हो ।

Skimming-the-cream pricing policy should not be adopted when

- (a) the product is new and is a speciality product.
- (b) heavy expenses have been incurred on the development and introduction of the product.
- (c) demand is to be restricted to the level which can be easily met.
- (d) the demand for the product is highly elastic.

6. यदि किसी उद्योग में उत्पाद का मूल्य कोई एक फर्म निर्धारित कर देती है तथा अन्य सभी फर्म उसी मूल्य पर विक्रय करती हैं, तो इसको कहा जाएगा

1

- (क) गैर-प्रतिस्पर्धात्मक मूल्य
- (ख) विकल्प रहित मूल्य
- (ग) नेता अनुसरण मूल्य
- (घ) भेदभाव रहित मूल्य

If one of the firms in an industry sets the price of the product and all other firms sell at the same price, it will be called

- (a) Non-competitive price
- (b) Option less price
- (c) Follow-the-leader price
- (d) Non-discriminatory price

7. ये क्रेताओं और विक्रेताओं को एक-दूसरे से मिलाते हैं तथा दूसरों की ओर से क्रय अथवा विक्रय का सौदा करते हैं :

1

- (क) दलाल
- (ख) थोक व्यापारी
- (ग) फुटकर व्यापारी
- (घ) सहकारी भंडार

They bring buyers and sellers together and negotiate purchase or sale on behalf of others :

- (a) Brokers
- (b) Wholesalers
- (c) Retailers
- (d) Cooperative stores

8. आपके निवास क्षेत्र में हरिहर जनरल स्टोर है जो स्थानीय निवासियों की नित्य उपयोग में ज़रूरत की सभी प्रकार की वस्तुएँ रखता है। यह उदाहरण है

1

- (क) एक फुटकर व्यापार वाली दुकान का
- (ख) एक विभागीय भंडार का
- (ग) एक बहुसंख्यक दुकान का
- (घ) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Harihar General Store in your locality keeps all kinds of goods required by local residents for their daily use. This is an example of

- (a) A retail shop
- (b) A departmental store
- (c) A multiple shop
- (d) None of the above

9. निम्नलिखित में से यह एक प्रवर्तन मिश्रण का तत्व है :

1

- (क) उत्पाद
- (ख) मूल्य
- (ग) व्यक्तिगत विक्रय
- (घ) संयंत्र स्थापन स्थिति

One of the following is an element of Promotion Mix :

- (a) Product
- (b) Price
- (c) Personal selling
- (d) Plant location

10. समाचार-पत्रों द्वारा विज्ञापन के संदर्भ में निम्नलिखित में से यह कथन सत्य **नहीं** है :

1

- (क) यह सर्वसाधारण की चाहत के उपभोक्ता उत्पादों के लिए उपयुक्त है ।
- (ख) यह उन लोगों को संसूचित करने के लिए भी उपयोग में लाया जा सकता है जो अनपढ़ हैं ।
- (ग) यह समाचार-पत्रों के लिए आय का एक अच्छा स्रोत है ।
- (घ) विज्ञापन की प्रति पाठक लागत अपेक्षाकृत कम है ।

With reference to Newspaper Advertising, one of the following statements is **not** correct :

- (a) It is suitable for consumer products of mass appeal.
- (b) It can be used to communicate even with those people who are illiterate.
- (c) It is a good source of income to newspapers.
- (d) Cost of advertisement per reader is relatively low.

11. निम्नलिखित में से कौन-सा कथन सही है ?

1

- (क) व्यक्तिगत विक्रय को विक्रयकला (सेल्समैनशिप) भी कहा जाता है ।
- (ख) विज्ञापन एवं प्रचार (पब्लिसिटी) का एक ही अर्थ है ।
- (ग) विपणन प्रवर्तन को विक्रय प्रवर्तन भी कहा जा सकता है ।
- (घ) व्यक्तिगत विक्रय प्रवर्तन मिश्रण का एक घटक नहीं है ।

Which of the following statements is correct ?

- (a) Personal selling is also known as Salesmanship.
- (b) Advertisement and Publicity have the same meaning.
- (c) Marketing promotion may also be called Sales promotion.
- (d) Personal selling is not a component of Promotion mix.

12. सोशल मीडिया विपणन में सम्मिलित है

1

- (क) समाचार-पत्रों में विज्ञापन करना
- (ख) टेलीविज़न पर विज्ञापन करना
- (ग) वेबसाइट का प्रयोग करना
- (घ) पोस्टर, विज्ञापन पट्ट, इलेक्ट्रॉनिक प्रदर्शन, आदि का प्रयोग करना

Social Media Marketing involves

- (a) Advertising in newspapers
- (b) Advertising on T.V.
- (c) Using website
- (d) Using posters, hoardings, electronic displays, etc.

13. निम्नलिखित में से यह सेवा की एक विशेषता है :

1

- (क) इसको छुआ या देखा जा सकता है
- (ख) इसको स्टोर किया जा सकता है
- (ग) इसको सेवा प्रदान करने वाले से अलग नहीं किया जा सकता है
- (घ) माँग की संभावना में इसका उत्पादन किया जा सकता है

One of the following is a characteristic of service :

- (a) It can be touched or viewed
- (b) It can be stored
- (c) It cannot be separated from the service provider
- (d) It can be produced in anticipation of demand

14. निम्नलिखित में से यह एक सोशल नेटवर्किंग साइट है :

1

- (क) माइक्रोसॉफ्ट
- (ख) एक्सेल
- (ग) ट्विटर
- (घ) जावा

One of the following is the name of a Social Networking site :

- (a) Microsoft
- (b) Excel
- (c) Twitter
- (d) Java

15. उपभोक्ता उत्पादों व औद्योगिक उत्पादों के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए ।

2

Distinguish between Consumer products and Industrial products.

16. विशिष्ट उत्पाद क्या होते हैं ? दो उदाहरण दीजिए ।

2

What are speciality products ? Give two examples.

17. भेदन मूल्य-निर्धारण नीति क्या है ? एक उदाहरण दीजिए ।

2

What is Penetrating Price policy ? Give one example.

18. 'लागत' एवं 'मूल्य' में अन्तर स्पष्ट कीजिए ।

2

Differentiate between 'Cost' and 'Price'.

19. कारण बताते हुए रेफ्रिजरेटर के लिए विज्ञापन का एक उपयुक्त माध्यम सुझाइए ।

2

Giving reasons, suggest a suitable media of advertising for a Refrigerator.

20. विक्रय प्रवर्तन के लिए मुफ्त नमूने बाँटने का एक लाभ तथा एक हानि दीजिए ।

2

Give one advantage and one disadvantage of distributing free samples for sales promotion.

21. सेवाओं के विपणन में आने वाली किन्हीं दो समस्याओं को समझाइए । 2
Explain any two problems faced in Service Marketing.
22. ऑनलाइन विपणन का एक लाभ तथा एक सीमा दीजिए । 2
Give one advantage and one limitation of online marketing.
23. सोशल मीडिया क्या है ? दो सोशल मीडिया साइटों के नाम लिखिए । 2
What is Social Media ? Write the names of two Social Media sites.
24. “एक व्यक्ति के लिए जो सुविधाजनक उत्पाद है वह दूसरे के लिए शॉपिंग उत्पाद हो सकता है ।” उदाहरणों की सहायता से समझाइए । 3
“What is convenience product for one person may be a shopping product for another.” Explain with the help of examples.
25. मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले किन्हीं तीन कारकों को समझाइए । 3
Explain any three factors affecting Price Determination.
26. फुटकर व्यापारियों द्वारा उपभोक्ताओं को प्रदान की जाने वाली सेवाओं का उल्लेख कीजिए । 3
Mention the services provided by the retailers to the consumers.
27. थोक व्यापारियों तथा बड़े पैमाने के खुदरा व्यापारियों के बीच क्या अंतर व समानताएँ हैं ? संक्षेप में समझाइए । 3
What are the differences and similarities between wholesalers and large scale retailers ? Explain briefly.
28. डाक व्यापार क्या होता है ? किस प्रकार की वस्तुओं के लिए इसको उपयुक्त नहीं माना जाता है ? 3
What is Mail Order Business ? For what type of goods is it not considered suitable ?

29. आपका एक मित्र एक जोड़ी जूते ऑनलाइन खरीदना चाहता है। उसको ऐसा करने की विधि समझाइए।

3

One of your friends wants to buy a pair of shoes online. Explain to him the procedure of doing so.

30. विभागीय भंडार क्या होते हैं ? विभागीय भंडारों के किन्हीं चार लाभों तथा चार अवगुणों का उल्लेख कीजिए।

5

What are Departmental Stores ? State any four advantages and four demerits of departmental stores.

31. “यदि विपणन के साधन के रूप में विज्ञापन को अपना सही कार्य पूरा करना है, तो विज्ञापन के सभी प्रकारों में नैतिकता के मापदंडों को बनाए रखना अनिवार्य है।” विज्ञापन के कार्यों को समझाते हुए इस कथन का समर्थन कीजिए।

5

“The maintenance of ethical standards in all forms of advertising is essential if advertising is to fulfil its proper function as a marketing tool.” Support this statement explaining the functions of advertising.