OMR Answer Sheet No.

Question Booklet Number

3043

B.B.A. (III Sem.) Examination- 2024-25

Booklet Series
A

Bachelor of Business Administration

Marketing Management

(To be filled by the Candidate / निम्न पूर्तियाँ परीक्षार्थी स्वयं भरें)

Roll No. (in figures)
अनुक्रमांक (अंकों में) ——

Roll No. (in words)
अनुक्रमांक (शब्दों में) ——

Name of Examination Centre
परीक्षा केन्द्र का नाम ——

[Time : 2 : 00 Hours
[समय : 2 : 00 घण्टे
[Maximum Marks : 70
[अधिकतम अंक : 70

Signature of Invigilator
कक्ष निरीक्षक के हस्ताक्षर

Instructions to the Examinee :

1. Do not open the booklet unless you are asked to do so.
2. **The booklet contains 75 questions. Examinee is required to answer any 65 questions in the OMR Answer-Sheet provided and not in the question booklet. In case Examinee attempts more than 65 Questions, first 65 attempted questions will be evaluated. All questions carry equal marks.**
3. Examine the Booklet and the OMR Answer-Sheet very carefully before you proceed. Faulty question booklet due to missing or duplicate pages/questions or having any other discrepancy should be immediately replaced.

(Remaining Instructions on last page)

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश :

1. प्रश्न-पुस्तिका को तब तक न खोलें जब तक आपसे कहा न जाए।
2. **प्रश्न-पुस्तिका में 75 प्रश्न हैं। परीक्षार्थी को किन्हीं 65 प्रश्नों को दी गई ओ0एम0आर0 आन्सर-शीट पर ही हल करना है। परीक्षार्थी द्वारा 65 से अधिक प्रश्नों को हल करने की स्थिति में, प्रथम 65 उत्तरों को ही मूल्यांकित किया जायेगा। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।**
3. प्रश्नों के उत्तर अंकित करने से पूर्व प्रश्न-पुस्तिका तथा OMR उत्तर-पत्रक को सावधानीपूर्वक देख लें। दोषपूर्ण प्रश्न-पुस्तिका, जिसमें कुछ भाग छपने से छूट गये हों या प्रश्न एक से अधिक बार छप गये हों या किसी भी प्रकार की कमी हो, उसे तुरन्त बदल लें।

(शेष निर्देश अन्तिम पृष्ठ पर)

https://www.rmpssuonline.com

1. For business, marketing is:-

(A) Compulsory

(B) Necessary

(C) Unnecessary

(D) Luxury

2. "Marketing is the delivery of standard" This definition is of:-

(A) Philip Kotler

(B) William J. Stanton

(C) Paul Mazur

(D) Hansen

3. The advantage of marketing is to:-

(A) Consumers

(B) Businessmen

(C) Manufacturers

(D) To all

4. "Marketing concept is a philosophy of business" This statement is of:-

(A) W. J. Stanton

(B) Philip Kotler

(C) John E. wakefield

(D) Arthur P. Felton

1. व्यवसाय के लिए विपणन है

(A) अनिवार्य

(B) आवश्यक

(C) अनावश्यक

(D) विलासिता

2. "विपणन जीवन स्तर प्रदान करता है"। यह परिभाषा है-

(A) फिलिप कोटलर

(B) विलियम जे, स्टेण्टन

(C) पाल मजूर

(D) हैन्सन

3. विपणन का लाभ है-

(A) उपभोक्ताओ को

(B) व्यवसायियो को

(C) निर्माताओं को

(D) सभी को

4. "विपणन अवधारणा व्यवसाय का दर्शन है"। यह कथन है-

(A) डब्ल्यू. जे. स्टेण्टन

(B) फिलिप कोटलर

(C) जान आई वेकफील्ड

(D) आर्थर पी. फेल्टन

https://www.rmpssuonline.com

5. Money spent on marketing is:-

(A) Wastage

(B) Unnecessary expenditure

(C) Burden of the Customers

(D) Investment

5. विपणन पर व्यय किया गया धन है?

(A) बर्बादी

(B) अनावश्यक व्यय

(C) ग्राहको पर भार

(D) विनियोजन

6. According to McCarthy p's of marketing mix are:-

(A) 4

(B) 6

(C) 2

(D) 3

6. मैकार्थी के अनुसार विपणन मिश्रण के 'पी' हैं-

(A) 4

(B) 6

(C) 2

(D) 3

7. Marketing mix remain:

(A) Static

(B) Uncertain

(C) Certain

(D) Changing

7. विपणन मिश्रण रहते हैं

(A) स्थायी

(B) अनिश्चित

(C) निश्चित

(D) बदलते

8. Marketing management has control over micro environment factors:

(A) Yes

(B) No

(C) Partial

(D) Uncertain

8. सूक्ष्म पर्यावरणीय घटको पर विपणन प्रबन्ध का नियन्त्रण होती है।

(A) हाँ

(B) नहीं

(C) आंशिक

(D) अनिश्चित

https://www.rmpssuonline.com

9. "In environment only one thing is fixed and that is change" this statement is of:-

(A) Philip Kotler
(B) Alvin Toffler
(C) Willian J. Stanton
(D) Peter F. Drucker

9. ''पर्यावरण में एक ही चीज स्थायी है और वह है परिवर्तन'' यह कथन है-

(A) फिलिप कोटलर
(B) एल्विन टॉफलर
(C) विलियम जे. स्टेण्टन
(D) पीटर एफ. ड्रुकर

10. The tendency of Indian buyer is:

(A) To Bargain
(B) To file Complaint
(C) To Purchase cheap
(D) All these

10. भारतीय क्रेता की प्रवृत्ति है।

(A) सौदेबाजी करना
(B) शिकायत करना
(C) सस्ता खरीदना
(D) ये सभी

11. Maslow hirarchy of needs are:-

(A) 4
(B) 5
(C) 3
(D) 2

11. मैस्लो की आधारभूत क्रमबद्धता है।

(A) 4
(B) 5
(C) 3
(D) 2

12. Market segmentation is:-

(A) Necessary
(B) Unnecessary
(C) Wastage of Money
(D) Wastage of Time

12. बाजार विभक्तिकरण है।

(A) आवश्यक
(B) अनावश्यक
(C) धन की बर्बादी
(D) समय की बर्बादी

https://www.rmpssuonline.com

13. The main types of a product are:-

(A) 2

(B) 3

(C) 4

(D) 6

14. The term product concept was first used by:

(A) Philip Kotler

(B) Theodore Levitt

(C) W. J. Stanton

(D) R. S. Davar

15. Major product line strategies are:-

(A) 2

(B) 4

(C) 6

(D) 8

16. Types of packaging are:-

(A) 2

(B) 4

(C) 5

(D) 6

13. उत्पाद के प्रमुख प्रकार होते हैं-

(A) 2

(B) 3

(C) 4

(D) 6

14. उत्पाद अवधारणा शब्द का सबसे पहले उपयोग किया था।

(A) फिलिप कोटलर

(B) थियोडोर लेविट

(C) डब्ल्यू जे. स्टेण्टन

(D) आर. एस. डावर

15. उत्पाद पंक्ति की प्रमुख रीति नीतियाँ है-

(A) 2

(B) 4

(C) 6

(D) 8

16. पैकेजिंग के प्रकार हैं।

(A) 2

(B) 4

(C) 5

(D) 6

https://www.rmpssuonline.com

17. Labelling is:-

(A) Compulsory

(B) Necessary

(C) Voluntary

(D) Wastage of money

17. लेबलिंग है-

(A) अनिवार्य

(B) अनावश्यक

(C) एच्छिक

(D) धन की बर्बादी

18. Maximum wide scope is of:-

(A) Brand

(B) Labelling

(C) Packaging

(D) Trademark

18. सबसे अधिक व्यापक क्षेत्र है।

(A) ब्राण्ड

(B) लेबलिंग

(C) पैकेजिंग

(D) व्यापार मार्क

19. The Characteristics of a good brand are:-

(A) Short Name

(B) Memorable

(C) Attractive

(D) All of these

19. अच्छे ब्राण्ड की विशेषताएँ हैं।

(A) सूक्ष्म नाम

(B) स्मरणीय

(C) आकर्षक

(D) ये सभी

20. Marketing strategies during product life cycle are:-

(A) 3

(B) 5

(C) 7

(D) 9

20. उत्पाद जीवन चक्र में विपणन रीति - नीतियाँ है

(A) 3

(B) 5

(C) 7

(D) 9

https://www.rmpssuonline.com

21. Death of a product take place:-

(A) In Maturity stage

(B) In Decline stage

(C) In Saturation stage

(D) In Absolescence stage

22. Principles of new product development are:-

(A) 2

(B) 4

(C) 6

(D) 8

23. Price policy is determined by:

(A) Lower Management

(B) Middle Management

(C) Higher Management

(D) Salesman

24. "The whole behaviour of a person while marking purchases may be termed as consumer behaviour" This statement is of:

(A) Goethi

(B) Paul

(C) Still

(D) Kotler

21. किसी उत्पाद की मृत्यु होती है:-

(A) परिपक्वता अवस्था में

(B) पतन की अवस्था में

(C) संतृप्ति अवस्था में

(D) अप्रचनन की अवस्था में

22. नवीन उत्पाद विकास के सिद्धान्त हैं-

(A) 2

(B) 4

(C) 6

(D) 8

23. मूल्य नीति निर्धारित होती है:-

(A) निम्न प्रबन्ध द्वारा

(B) मध्यम प्रबन्ध द्वारा

(C) उच्च प्रबन्ध द्वारा

(D) विक्रेताओं द्वारा

24. "क्रय करते समय किसी व्यक्ति के सम्पूर्ण व्यवहार को क्रम व्यवहार कहा जा सकता है।" यह कथन है-

(A) गोथी

(B) पॉल

(C) स्टिल

(D) कोटलर

https://www.rmpssuonline.com

25. Causes of failure of new product are:

(A) 2

(B) 4

(C) 6

(D) 8

26. Mostly new products are:

(A) Unsuccessful

(B) Successful

(C) 100% Successful

(D) 100% Unsuccessful

27. According to william J. Stanton the phases pricing determination process are:

(A) 4

(B) 6

(C) 8

(D) 2

28. Promotion Mix includes:

(A) Personal selling

(B) Advertising

(C) Sales Promotion

(D) Personal selling, Advertising sales promotion and publicity

25. नवीन उत्पादों की असफलता के कारण हैं-

(A) 2

(B) 4

(C) 6

(D) 8

26. अधिकांश नवीन उत्पाद रहते हैं।

(A) असफल

(B) सफल

(C) शत- प्रतिशत सफल

(D) शत प्रतिशत असफल

27. विलियम जे. स्टेण्टन के अनुसार मूल्य निर्धारण प्रक्रिया के चरण हैं:-

(A) 4

(B) 6

(C) 8

(D) 2

28. प्रवर्तन मिश्रण में सम्मिलित है।

(A) वैयक्तिक विक्रय

(B) विज्ञापन

(C) विक्रय प्रवर्तन

(D) वैयक्तिक विक्रय, विक्रय प्रवर्तन एवं प्रचार

https://www.rmpssuonline.com

29. Outdoor advertising includes:

(A) Newspaper advertisement

(B) Magazine advertisement

(C) Folders

(D) Posters

30. Media of advertising is:

(A) Samples

(B) Premium

(C) Calender, Diary etc

(D) Demonstration

31. Which of the following is not the function of channels of distribution

(A) Managing finances

(B) Managing production

(C) Promotional Activities

(D) Pricing

32. Whole seller renders services towards

(A) Whole seller

(B) Retailer

(C) Society

(D) Retailer and society

29. वाह्य विज्ञापन में सम्मिलित है:-

(A) समाचार पत्रीय विज्ञापन

(B) पत्रिका विज्ञापन

(C) फोल्डर्स

(D) पोस्टर्स

30. विज्ञापन का माध्यम है:-

(A) नमूने

(B) प्रीमियम

(C) कलेण्डर डायरी आदि

(D) क्रियात्मक प्रदर्शन

31. निम्नलिखित में कौन-सा वितरण वाहिकाओ का कार्य नहीं है।

(A) वित्त का प्रबन्ध करना

(B) उत्पादन का प्रबन्ध करना

(C) सम्बर्द्धन क्रियाएँ करना

(D) मूल्य निर्धारित करना

32. थोक व्यापारी सेवाएँ प्रदान करता है:-

(A) निर्माता के प्रति

(B) फुटकर व्यापारी के प्रति

(C) समाज के प्रति

(D) फुटकर व्यापारी एवं समाज के प्रति

https://www.rmpssuonline.com

33. Function of physical Distribution system include

(A) Ware housing decision

(B) Transport Decision

(C) Inventory decision

(D) Ware housing Transport and inventory decision

33. भौतिक वितरण प्रणाली के कार्यों में सम्मिलित है-

(A) भणडारण निर्णय

(B) परिवहन निर्णय

(C) स्टॉक निर्णय

(D) भण्डारण परिवहन एवं स्टॉक निर्माण

34. Service Marketing Complies:

(A) 4 steps

(B) 6 steps

(C) 5 steps

(D) 2 steps

34. सेवा विपणन अनुपालन करती है-

(A) 4 चरण

(B) 6 चरण

(C) 5 चरण

(D) 2 चरण

35. Online Marketing tools:

(A) E-mail marketing

(B) Content Marketing

(C) Social Media

(D) All of these

35. ऑनलाइल विपणन के उपकरण है।

(A) ई-मेल विपणन

(B) कन्टेंट विपणन

(C) सामाजिक मीडिया

(D) ये सभी

36. Direct Marketing channels:

(A) Mobile

(B) Online Tools

(C) Tali Marketing

(D) All of these

36. प्रत्यक्ष विपणन के चैनल्स हैं-

(A) मोबाइल

(B) ऑनलाइल उपकरण

(C) टेलीमार्केटिंग

(D) ये सभी

https://www.rmpssuonline.com

37. Consumer behaviour is:

(A) Uncertain

(B) Dynamic

(C) Wide

(D) All these

38. What is the main goal of marketing?

(A) To produce goods

(B) To satisfy customer needs

(C) To increase product cost

(D) To limit competition

39. What is "Market segmentation"?

(A) Dividing a market into distinct groups

(B) Increasing production capacity

(C) Setting a price for products

(D) Promoting products on social media

40. Which of these is not part of the 4 p's of marketing?

(A) Product

(B) Price

(C) Purchase

37. उपभोक्ता व्यवहार है-

(A) अनिश्चित

(B) गत्यात्मक

(C) व्यापक

(D) ये सभी

38. मार्केटिंग का मुख्य उद्देश्य क्या है?

(A) वस्तुओं का उत्पादन करना

(B) ग्राहको की आवश्यकताओ को संतुष्ट करना

(C) वस्तु की लागत बढ़ाना

(D) प्रतिस्पर्धा को सीमित करना

39. "बाजार विभक्तिकरण" क्या है?

(A) बाजार को अलग-अलग समूहो में बाँटना

(B) उत्पादन क्षमता में वृद्धि

(C) उत्पादों के लिए मूल्य निर्धारित करना

(D) सोशल मीडिया पर उत्पादो का प्रचार करना

40. इनमें से कौन विपणन के 4 p का हिस्सा नहीं है?

(A) उत्पाद

(B) मूल्य

(C) क्रय

(D) प्रचार

https://www.rmpssuonline.com

41. What is a "target market"?

(A) The entire population

(B) A specific group of customers

(C) Only international customers

(D) Competitors of the company

42. Which of the following is a form of "digital marketing"

(A) Billboards

(B) Social media ads

(C) Door - to - door sales

(D) Radio advertising

43. Which type of pricing strategy sets a low price to attract customers?

(A) Premium pricing

(B) Penetration pricing

(C) Skimming pricing

(D) Cast plus pricing

44. In marketing, what does "USP" stands for?

(A) Unique selling product

(B) Universal selling point

(C) Unique selling point

(D) Unified selling process

41. "लक्षित बाजार" क्या है?

(A) संपूर्ण आबादी

(B) ग्राहकों का विशिष्ट समूह

(C) केवल अंतर्राष्ट्रीय ग्राहक

(D) कम्पनी के प्रतिस्पर्धी

42. निम्नलिखित में से कौन "डिजिटल विपणन" का एक रूप है?

(A) होर्डिंगस

(B) सोशल मीडिया विज्ञापन

(C) घर-घर जाकर बिक्री

(D) रेडियो विज्ञापन

43. कौन सी मूल्य निर्धारण नीति ग्राहको को आकर्षित करने के लिए कम कीमत निर्धारित करती है?

(A) प्रीमीयम कीमत निर्धारण

(B) बाजार प्रवेशक कीमत निर्धारण

(C) भलाई हटाने वाला मूल्य निर्धारण

(D) लागत जमा कीमत निर्धारण

44. विपणन में, USP का पूर्ण रूप क्या है?

(A) Unique selling product

(B) Universal selling point

(C) Unique selling point

(D) Unified selling process

https://www.rmpssuonline.com

45. What is "customer retention"?

(A) Attracting new customers

(B) Keeping existing customers loyal

(C) Reducing production cost

(D) Affering discounts on products

46. Which type of promotion affers free samples to customers?

(A) Advertising

(B) Public relations

(C) Sales promotion

(D) Personal selling

47. What is the meaning of "consumer behavior"?

(A) How products are made

(B) How customers choose, use and dispose of products

(C) The cost of production

(D) Advertising techniques

48. What does 'B2B' stand for in marketing?

(A) Business to Buyer

(B) Buyer to Buyer

(C) Business to Business

(D) Brand to Brand

45. "ग्राहक प्रतिधारण" क्या है

(A) नए ग्राहको को आर्कषित करना

(B) मौजूदा ग्राहको को जोड़े रखना

(C) उत्पादन लागत कम करना

(D) उत्पादों पर छूट की पेशकश करना

46. कौन सा प्रचार ग्राहको को मुफ्त नमूने करता है?

(A) विज्ञापन करना

(B) जनसंपर्क

(C) विक्रय संवर्धन

(D) व्यक्तिगत विक्रय

47. "उपभोक्त व्यवहार" का क्या अर्थ है?

(A) उत्पाद कैसे बनाया जाता है

(B) ग्राहक उत्पादों का चयन उपयोग निपटान कैसे करते है

(C) उत्पादन की लागत

(D) विज्ञापन तकनीकें

48. मार्केटिंग में 'B2B' का क्या मतलब है?

(A) व्यापार से क्रेता

(B) क्रेता से क्रेता

(C) व्यापार से व्यापार

(D) ब्राण्ड से ब्राण्ड

https://www.rmpssuonline.com

49. Which of the following best describes "product life cycle"?

(A) The number of years, a company is in business

(B) The stages, a product goes through from introduction to decline

(C) The process of creating a new product

(D) The time to make a product

50. What does 'consumer demand' depend on?

(A) Product color

(B) Customer preferences and buying power

(C) Company profits

(D) Employee wages

51. Which stage in the product life cycle typically shows the highest level of sales?

(A) Introduction

(B) Growth

(C) Maturity

(D) Decline

52. What is distribution channel in marketing?

(A) A method of transporting goods

(B) A pathway through which products reach customers

(C) A method of determining products price

(D) An advertising strategy

49. "उत्पाद जीवन चक्र" का सबसे अच्छा वर्णन कौन सा है?

(A) कम्पनी जितने वर्षो से व्यवसाय में है

(B) एक उत्पाद परिचय से लेकर गिरावट तक जिन चरणों से गुजरता है।

(C) नया उत्पाद बनाने की प्रक्रिया

(D) किसी उत्पाद को बनाने में लगने वाला समय

50. 'उपभोक्ता मांग' किस पर निर्भर करती है?

(A) उत्पाद का रंग

(B) ग्राहक की प्राथमिकताये और क्रय शक्ति

(C) कम्पनी के लाभ

(D) कर्मचारियों की मजदूरी

51. "उत्पाद जीवन चक्र" में कौन सा चरण आम तौर पर उच्चतम बिक्री स्तर दिखाता है?

(A) परिचय

(B) वृद्धि

(C) परिपक्वता

(D) गिरावट

52. विपणन में ' वितरण माध्यम क्या है?

(A) माल परिवहन की एक विधि

(B) एक मार्ग, जिसके माध्यम से उत्पाद ग्राहक तक पहुंचते हैं

(C) उत्पाद की कीमत निर्धारण की एक विधि

(D) एक विज्ञापन रणनीति

https://www.rmpssuonline.com

53. Which of these activities is a part of customer service?

(A) Product manufacturing

(B) Assisting customers with product uesnes

(C) Setting the product price

(D) Designing product packaging

54. In SWOT analysis, what does 'O' stand for?

(A) Options

(B) Objectives

(C) Opportunities

(D) Obstacles

55. Which of these is not a part of digital marketing?

(A) Email marketing

(B) Social media marketing

(C) Search Engine optimization

(D) Billboard advertising

56. What is the main purpose of branding?

(A) To create a unique identity for a product

(B) To determine the price of a product

(C) To improve product packaging

(D) To create physical durability of products

53. इनमें से कौन सी गतिविधि ग्राहक सेवा का हि है?

(A) उत्पाद का निर्माण करना

(B) उत्पाद सम्बन्धी समस्याओ में ग्राहको सहायता करना

(C) उत्पाद का मूल्य निर्धारित करना

(D) उत्पाद पैकेजिंग डिजाइन करना

54. SWOT विश्लेषण में 'O' का क्या अर्थ है

(A) Options (विकल्प)

(B) Objectives (उद्देश्य)

(C) Opportunities (अवसर)

(D) Obstacles (बाधायें)

55. इनमें से कौन डिजिटल मार्केटिंग का हिस्सा नहीं है?

(A) ईमेल विपणन

(B) सोशल मीडिया विपणन

(C) सर्च इंजन अनुकूलन

(D) होर्डिंग्स विज्ञापन

56. ब्राडिंग का मूल्य उद्देश्य क्या है?

(A) किसी उत्पाद के लिए एक विशिष्ट पहचान बनाना

(B) किसी वस्तु का मूल्य निर्धारित करना

(C) उत्पाद की पैकेजिंग में सुधार करना

(D) उत्पादों का भौतिक स्थायित्व बनाना

https://www.rmpssuonline.com

57. How does branding differ from packaging?

(A) Branding is about creating identity, packaging is about product protection

(B) Branding focus on color, packaging does not

(C) Branding is part of production packaging is part of distribution

(D) None of these

57. ब्रांडिग और पैकेजिंग में मुख्य अंतर क्या है?

(A) ब्रांडिंग पहचान बनाने के बारे में है जबकि पैकेजिंग उत्पाद की सुरक्षा के बारे में है

(B) ब्रांडिंग का ध्यान रंग पर है पैकेजिंग का नहीं

(C) ब्रांडिंग उत्पादन का हिस्सा है, पैकेजिंग वितरण का हिस्सा है

(D) इनमें से कोई नहीं

58. Which of the following is a key element of effective packaging?

(A) Visual appeal attract customers

(B) Reducing product weight

(C) Changing the product colour

(D) Increasing production cost

58. निम्नलिखित में से कौन-सा प्रभावी पैकेजिंग का प्रमुख तत्व है?

(A) ग्राहको को आर्कषित करने के लिए दृश्य अपील

(B) उत्पाद का भार घटाना

(C) उत्पाद का रंग बदलना

(D) उत्पादन लागत बढ़ाना

59. Why is durability important is packaging?

(A) To reduce production time

(B) To increase the price of the product

(C) To protect the product during transportation

(D) To control inventory levels

59. पैकेजिंग में टिकाऊपन क्यो महत्वपूर्ण है?

(A) उत्पादन समय को घटाना

(B) उत्पाद का मूल्य बढ़ाना

(C) परिवहन के दौरान उत्पाद को सुरक्षित रखना

(D) स्कन्ध स्तर को नियंत्रित करना

https://www.rmpssuonline.com

60. Which factor in packaging influences a consumer's purchase decision most?

(A) Packaging weight

(B) Use of expensive material

(C) Large package size

(D) Attractive design and color scheme

60. पैकेजिंग में कौन सा तत्व उपभोक्ता के क्रय नि को सबसे अधिक प्रभावित करता है?

(A) पैकेजिंग का वजन

(B) मंहगे माल का प्रयोग

(C) बड़े पैकेज का आकार

(D) आकर्षक डिजाइन और रंग योजना

61. Dividing a market based on regions cities, and climate is called:

(A) Demographic segmentation

(B) Geographic segmentation

(C) Psychographic segmentation

(D) Behavioral segmentation

61. किसी बाजार को क्षेत्रो, शहरो और जलवायु आधार पर विभाजित करना कहलाता है–

(A) जनसांख्यिकी विभाजन

(B) भौगोलिक विभाजन

(C) मनोवैज्ञानिक विभाजन

(D) व्यवहारिक विभाजन

62. Market segmentation refers to the process of:

(A) Combining all markets into one

(B) Dividing a large market into smaller groups

(C) Advertising only for selected customers

(D) Increasing prices for better profit

62. बाजार विभाजन से तात्पर्य किस प्रक्रिया से है?

(A) सभी बाजारो को एक में जोड़ना

(B) बडे बाजार को छोटे समूहो में विभाजि करना

(C) केवल चुने हुए ग्राहको के लिए विज्ञाप करना

(D) बेहतर लाभ के लिए कीमते बढ़ाना

https://www.rmpssuonline.com

63. When segmentation is based on age, income, education and occupation it is called:

(A) Behavioral segmentation

(B) Geographic segmentation

(C) Demographic segmentation

(D) Psychographic segmentation

63. जब विभाजन आयु, आय, शिक्षा और व्यवसाय पर आधारित होता है , तो इसे कहा जाता है-

(A) व्यवहारिक विभाजन

(B) भौगोलिक विभाजन

(C) जनसांख्यिकी विभाजन

(D) मनोवैज्ञानिक विभाजन

64. How does branding benefit companies in a competitive market?

(A) By building customer loyalty

(B) By reducing production cost

(C) By limiting advertising requirements

(D) By increasing the wieght of products

64. प्रतिस्पर्धी बाजार में ब्रांडिंग कम्पनियो को किस प्रकार लाभ पहुँचाती है

(A) ग्राहक निष्ठा का निर्माण करके

(B) उत्पादन की लागत घटाकर

(C) विज्ञापन आवश्यकताओं को सीमित करके

(D) वस्तुओ का वजन बढ़ाकर

65. Which of the following factors affects the pricing of a product?

(A) Product cost

(B) Customer preferences

(C) Competitor's prices

(D) All of the above

65. निम्नलिखित में से कौन सा तत्व एक वस्तु के मूल्य को प्रभावित करता है?

(A) उत्पाद लागत

(B) ग्राहक प्राथमिकताएँ

(C) प्रतिस्पर्धियों की कीमते

(D) उपरोक्त सभी

https://www.rmpssuonline.com

66. A higher demand for a product generally allows a company to:

(A) Increase the price

(B) Decrease the price

(C) Keep the price same

(D) Discontinue the product

66. किसी उत्पाद की उच्च माँग आम तौर पर किसी कंपनी को अनुमति देता है-

(A) कीमत बढ़ाने की

(B) कीमत घटाने की

(C) कीमत समान रखने की

(D) उत्पाद को बंद करने की

67. Personal selling involves:

(A) Advertising a product on social media

(B) Direct interaction between sales person and customer

(C) Publishing articles in newspapers

(D) Organizing online events

67. व्यक्तिगत विक्रय में शामिल है-

(A) सोशल मीडिया पर उत्पाद का विज्ञापन

(B) विक्रेता और ग्राहक के बीच प्रत्यक्ष संवाद

(C) अखबारों में लेख प्रकाशित करना

(D) ऑनलाइन कार्यक्रमों का आयोजन

68. A temporary discount or offer to increase sales is an example of:

(A) Advertising

(B) Public relations

(C) Sales promotion

(D) Personal selling

68. बिक्री बढ़ाने के लिए अस्थायी छूट या प्रस्ताव उदाहरण है-

(A) विज्ञापन का

(B) जन- सम्पर्क का

(C) बिक्री संवर्धन का

(D) व्यक्तिगत बिक्री का

https://www.rmpssuonline.com

69. Marketing channels refers to:

(A) Pathways for selling products to consumers

(B) Manufacturing processes for goods

(C) Methods for designing products

(D) Customer service policies

70. Green marketing focuses on-

(A) Selling products only at low prices https://www.rmpssuonline.com

(B) Promoting eco- friendly and sustainable products

(C) Advertising only in green color

(D) Providing free products to customers

71. Who is the father of modern marketing?

(A) Philip Kotler

(B) Peter Drucker

(C) Abraham Maslow

(D) Laster Wunderman

72. ______________ means bringing more than one product from a company to market:

(A) Product mix

(B) Market segmentation

(C) Promotion mix

(D) Distribution mix

69. मार्केटिंग चैनल (विपणन माध्यम) का तात्पर्य है-

(A) उपभोक्ताओ को उत्पाद बेचने के तरीके

(B) वस्तुओ के निर्माण की प्रक्रियाएं

(C) उत्पादो को डिजाइन करने की विधियाँ

(D) ग्राहक सेवा नीतियाँ

70. ग्रीन मार्केटिंग ध्यान केन्द्रित करती है-

(A) केवल कम कीमत पर उत्पाद बेचना

(B) पर्यावरण के अनुकूल और टिकाऊ उत्पादों को बढ़ावा देना

(C) केवल हरे रंग में प्रचार करना

(D) ग्राहको को मुफ्त उत्पाद उपलब्ध कराना

71. आधुनिक विपणन का पिता कौन है?

(A) फिलिप कोटलर

(B) पीटर ड्रकर

(C) अब्राहम मास्लो

(D) लेस्टर वुन्डरमैन

72. ------------- का अर्थ है एक कम्पनी के एक से अधिक उत्पाद बाजार मे लाना-

(A) उत्पाद मिश्रण

(B) बाजार विभाजन

(C) प्रचार मिश्रण

(D) वितरण मिश्रण

https://www.rmpssuonline.com

73. What does the term "marketing" refers to?

(A) New product development

(B) Advertising and other promotional activities

(C) Achieving sales and profit targets

(D) Creating customer value and satisfaction

73. "विपणन" शब्द का क्या अर्थ है?

(A) नया उत्पाद विकास

(B) विज्ञापन और अन्य प्रचार गतिविधियाँ

(C) बिक्री और लाभ लक्ष्यो को प्राप्त करना

(D) ग्राहक मूल्य और संतुष्टि बनाना

74. Which of the following is a key goal of green marketing?

(A) Maximizing profits only

(B) Reducing environmental impact

(C) Increasing production rates

(D) Ignoring customer needs

74. निम्नलिखित में से कौन सा ग्रीन विपणन का मुख्य लक्ष्य है?

(A) केवल मुनाफा अधिकतम करना

(B) पर्यावरणीय प्रभाव को कम करना

(C) उत्पादन दरों को बढ़ाना

(D) ग्राहक की जरूरतो को अनदेखा करना

75. Brand equity refers to.

(A) The financial value of a brand

(B) The customer loyalty and brand recognition

(C) The impact of the brand name on customer response

(D) All of the aboves

75. ब्रांड इक्विटी का तात्पर्य है।

(A) एक ब्रांड का वित्तीय मूल्य

(B) ग्राहक वफादारी और ब्रांड की पहचान

(C) ग्राहक प्रतिक्रिया पर ब्रांड नाम का प्रभाव

(D) उपरोक्त सभी

https://www.rmpssuonline.com