Series &RQPS/S

SET-4

प्रश्न–पत्र कोड
Q.P. Code **336/S**

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

(I) कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में मुद्रित पृष्ठ **19** हैं ।

(II) कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में **24** प्रश्न हैं ।

(III) प्रश्न-पत्र में दाहिने हाथ की ओर दिए गए प्रश्न-पत्र कोड को परीक्षार्थी उत्तर-पुस्तिका के मुख-पृष्ठ पर लिखें ।

(IV) **कृपया प्रश्न का उत्तर लिखना शुरू करने से पहले, उत्तर-पुस्तिका में प्रश्न का क्रमांक अवश्य लिखें ।**

(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 छात्र केवल प्रश्न-पत्र को पढ़ेंगे और इस अवधि के दौरान वे उत्तर-पुस्तिका पर कोई उत्तर नहीं लिखेंगे ।

NOTE

(I) Please check that this question paper contains **19** printed pages.

(II) Please check that this question paper contains **24** questions.

(III) 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.

(IV) **Please write down the serial number of the question in the answer-book before attempting it.**

(V) 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 | *अधिकतम अंक : 60*

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

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 भी 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 प्रश्न) *(30 अंक)*

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

(i) संप्रेषण में एक ________ सम्मिलित होता है जो संदेश को डिकोड करता है तथा प्रतिक्रिया देता है।

(A) प्रेषक (B) प्राप्तकर्ता

(C) मध्यस्थ (D) क्षणसाथी

(ii) निम्न में से तनाव प्रबंध का एक तरीका कौन-सा ***नहीं*** है ?

(A) क्या ग़लत हो रहा है का विश्लेषण

(B) पिछले मामलों पर सोचना

(C) ध्यान तथा योगा करना

(D) उपलब्धि शीट बनाए रखना

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. *4×1=4*

(i) Communication involves a ______ who decodes the message and gives feedback.

(A) sender (B) receiver

(C) mediator (D) transitor

(ii) Which is ***not*** a way to manage stress ?

(A) Analysing what is going wrong

(B) Pondering over past issues

(C) Practising meditation and yoga

(D) Maintaining accomplishment sheet

(iii) ____________ विचारों, संवेदनाओं, व्यवहारों का एक गुच्छा है जो प्रत्येक व्यक्ति को अन्य से बेजोड़ बनाता है।

(A) स्वभाव (B) लक्षण

(C) व्यक्तित्व (D) चरित्र

(iv) एक स्प्रेडशीट को सुरक्षित रखने के चरणों को क्रमबद्ध कीजिए :

(I) सुरक्षित कीजिए

(II) फ़ाइल नाम टाइप कीजिए

(III) 'सेव ऐज़' डायलॉग बाक्स प्रकट होता है

(IV) फ़ाइल क्लिक कीजिए तथा इसके पश्चात सुरक्षित कीजिए

विकल्प :

(A) (I), (II), (III), (IV) (B) (II), (IV), (III), (I)

(C) (I), (IV), (II), (III) (D) (IV), (III), (II), (I)

(v) निम्न में से कौन-सा एक उद्यमी का कार्य ***नहीं*** है ?

(A) विचारों को कार्यवाही में बदलना

(B) स्त्रोतीकरण

(C) तर्कहीन आकस्मिक निर्णय लेना

(D) व्यवहार्यता अध्ययन

(vi) कुल वन तथा वृक्ष आवृत क्षेत्र देश के भौगोलिक क्षेत्रफल का ____________ है।

(A) 24% (B) 26%

(C) 25% (D) 27%

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

(i) निर्माता → एजेंट → थोक विक्रेता → फुटकर विक्रेता → ग्राहक

उपर्युक्त किसकी व्यवस्था है :

(A) तीन-स्तरीय माध्यम (B) दो-स्तरीय माध्यम

(C) चार-स्तरीय माध्यम (D) एक-स्तरीय माध्यम

(ii) ____________ को वस्तुओं के परिवहन तथा विक्रय के कला, विज्ञान तथा प्रौद्योगिकी के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

(A) पैकेजिंग (B) लोगो बनाना

(C) लेबलिंग (D) उत्पादन

(iii) ____________ is/are a cluster of thoughts, emotions and behaviour which makes every individual unique to one another.

(A) Temperament (B) Traits

(C) Personality (D) Character

(iv) Arrange the steps, in order, to save a spreadsheet.

(I) Save

(II) Type file name

(III) 'Save as' dialog box appears

(IV) Click file and then save

Options :

(A) (I), (II), (III), (IV) (B) (II), (IV), (III), (I)

(C) (I), (IV), (II), (III) (D) (IV), (III), (II), (I)

(v) Which of the following is ***not*** a function of an entrepreneur ?

(A) Turning ideas into action

(B) Resourcing

(C) Making abrupt decisions lacking logic

(D) Feasibility study

(vi) The total forest and tree cover is ____________ of the country's geographical area.

(A) 24% (B) 26%

(C) 25% (D) 27%

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

(i) Manufacturer → Agent → Wholesaler → Retailer → Customer.

The above distribution is for :

(A) Three-level channel (B) Four-level channel

(C) Two-level channel (D) One level channel

(ii) ____________ can be defined as the art, science and technology of preparing goods for transport and sale.

(A) Packaging (B) Logo making

(C) Labelling (D) Production

(iii) निम्न में से कौन-सा प्रवर्तन का एक महत्त्व ***नहीं*** है ?

(A) ग्राहकों के साथ संबंध

(B) ग्राहकों को मनाना

(C) ग्राहकों को सूचना देना

(D) जोखिम बढ़ाना

(iv) निम्न में से मूल्य को प्रभावित करने वाला कौन-सा आंतरिक कारक ***नहीं*** है ?

(A) सगंठन का आकार (B) उत्पाद लागत

(C) वस्तुओं की प्रकृति (D) मांग

(v) उपभोक्ता वस्तुओं के उत्पादन में उपयोग किए जाने वाले उत्पादों को ________ के रूप में जाना जाता है।

(A) पूँजीगत मदों (B) औद्योगिक उत्पादों

(C) उत्पादित उत्पादों (D) कच्चे माल

(vi) निम्न में से कौन-सा ऑनलाइन विपणन का एक लाभ ***नहीं*** है ?

(A) ब्राण्ड जागरूकता

(B) मूल्यवान ग्राहकों को प्राप्त करना

(C) विपणन का अच्छा माध्यम

(D) प्रतियोगिता

(vii) ________ पृष्ठ उपलब्ध कराना तथा फेसबुक की कुछ विशेषताओं के अतिरिक्त गूगल सर्च इंजन के साथ एकीकृत करता है।

(A) गूगल क्रोम (B) फोरस्क्वेयर

(C) गूगल - वन (D) मोज़िला फ़ायरफ़ॉक्स

(iii) Which of these is ***not*** an importance of promotion ?

(A) Relationship with customers

(B) Persuade the customers

(C) Information to customers

(D) Increases risk

(iv) Which of these is ***not*** an internal factor which affects the price ?

(A) Size of organisation (B) Cost of product

(C) Nature of goods (D) Demand

(v) The products used as inputs to produce consumer products are known as ___________.

(A) Capital items (B) Industrial products

(C) Manufactured products (D) Raw materials

(vi) Which of these is ***not*** an advantage of online marketing ?

(A) Brand awareness

(B) Acquiring valuable customers

(C) Better medium of marketing

(D) Competitiveness

(vii) _____________ , in addition to providing pages and some features of Facebook is also able to integrate with Google search engine.

(A) Google Chrome (B) Foursquare

(C) Google - One (D) Mozilla Firefox

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

(i) निम्न में से प्रवर्तन का मुख्य लक्ष्य क्या है ?

(A) प्रचालन व्ययों को कम करना

(B) संदेश देना

(C) ग्राहकों को क्रय करने के लिए मनाना

(D) कम माल उपलब्ध कराना

(ii) क्रय, विक्रय तथा __________ लेनदेन कार्य के भाग हैं।

(A) शोध (B) उधार

(C) जोखिम उठाना (D) उत्पादन

(iii) लेबल के विभिन्न कार्य होते हैं। निम्न में से कौन-सा कार्य लेबल का ***नहीं*** है ?

(A) ग्रेड तय करना (B) वर्गीकरण

(C) सुरक्षा (D) वर्णन करना

(iv) लेबलिंग तथा पैकेजिंग का संबंध __________ के साथ है।

(A) प्रवर्तन मिश्र (B) उत्पाद मिश्र

(C) स्थान मिश्र (D) मूल्य मिश्र

(v) उत्पादन की लागत में मानक लाभ जोड़ना किसको संदर्भित करता है ?

(A) संतुलन-स्तर मूल्य निर्धारण (B) प्रीमियम मूल्य निर्धारण

(C) उत्पादन मूल्य निर्धारण (D) लागत जमा मूल्य निर्धारण

(vi) निम्न में से कौन-सा थोक विक्रेता का एक कार्य ***नहीं*** है ?

(A) प्रवर्तन (B) जोखिम उठाना

(C) वित्तीयन (D) ग्राहक शिक्षा

(vii) __________ अवस्थिति आधारित सोशल नेटवर्किंग साईट है। इसमें उपयोगकर्ता स्वार्म ऐप की सहायता से चैक-इन कर सकते हैं।

(A) इंस्टाग्राम (B) फोरस्क्वेयर

(C) टेलीग्राम (D) फेसबुक

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

(i) Which of the following is the overall goal of promotion mix ?

(A) To decrease operating expenses

(B) To convey a message

(C) To persuade consumers to buy

(D) To have less goods available

(ii) Buying, selling and ____________ are parts of transactional functions.

(A) research (B) credit

(C) risk bearing (D) production

(iii) A label has various functions. Which of these is ***not*** a function of a label ?

(A) Grading (B) Classification

(C) Protection (D) Description

(iv) Labelling and packaging are associated with :

(A) Promotion mix (B) Product mix

(C) Place mix (D) Price mix

(v) Adding a standard profit to the cost of product refers to :

(A) Break-even pricing (B) Premium pricing

(C) Product pricing (D) Cost-plus pricing

(vi) Which of these is ***not*** a function of a wholesaler ?

(A) Promotion (B) Risk-taking

(C) Financing (D) Customer education

(vii) _______________ is a location-based social networking website. Users can check-in via Swarm app.

(A) Instagram (B) Foursquare

(C) Telegram (D) Facebook

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

(i) संतुलन–स्तर बिन्दु = कुल स्थायी लागत ÷ प्रति इकाई योगदान

यह __________ के लिए एक समीकरण है।

(A) प्रतियोगिता उन्मुखी मूल्य निर्धारण (B) चालू दर मूल्य निर्धारण

(C) लागत जमा मूल्य निर्धारण (D) संतुलन-स्तर मूल्य निर्धारण

(ii) निम्न में से कौन-सा विभेदीकरण मूल्य निर्धारण का एक प्रकार ***नहीं*** है ?

(A) उत्पाद प्रकार का आधार (B) अवस्थिति विभेदीकरण

(C) रंग विभेदीकरण (D) ग्राहक खण्ड का आधार

(iii) उत्पादों एवं सेवाओं के विनिमय के लिए _____________ में विस्तृत श्रृंखला की ऑनलाइन व्यावसायिक गतिविधियाँ सम्मिलित हैं।

(A) व्यक्तिगत विक्रय (B) ई-व्यवसाय

(C) ऑनलाइन संवर्धन (D) ई-व्यापार

(iv) _________ सदस्यों को विक्रय सुविधा तथा साझेदार उत्पन्न करने के अवसर प्रदान करता है।

(A) टेलीग्राम (B) लिंक्डइन

(C) फेसबुक (D) फोरस्क्वेयर

(v) निम्न में से कौन-सा उपभोक्ता वस्तुओं का प्रकार ***नहीं*** है ?

(A) शॉपिंग वस्तुएँ (B) विशिष्ट वस्तुएँ

(C) सामग्री तथा पुर्जे (D) सुविधा वस्तुएँ

(vi) निम्न में से कौन-सा लेनदेन कार्य के अन्तर्गत आता है ?

(A) वस्तुओं का एकत्रण

(B) रखरखाव

(C) भण्डारण तथा ग्रेड तय करना

(D) क्रय, विक्रय तथा जोखिम उठाना

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

(i) BEP = Total fixed cost ÷ Contribution per unit.

This is an equation for :

(A) Competition-oriented pricing (B) Going rate pricing

(C) Cost-plus pricing (D) Break-even pricing

(ii) Which of these is ***not*** a form of discriminatory pricing ?

(A) Basis of product form (B) Location discrimination

(C) Colour discrimination (D) Basis of customer segment

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

(A) Personal selling (B) E-Business

(C) Online promotion (D) E-Commerce

(iv) ____________ provides its members the opportunity to generate sales leads and business partners.

(A) Telegram (B) LinkedIn

(C) Facebook (D) Foursquare

(v) Which of these is ***not*** a type of consumer good ?

(A) Shopping goods (B) Speciality goods

(C) Material and parts (D) Convenience goods

(vi) Which of these come under the category of transactional functions ?

(A) Assembling goods

(B) Maintenance

(C) Storage and grading

(D) Buying, selling and risk-bearing

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

(i) स्थापन, उपकरण वस्तुओं के किस प्रकार में सम्मिलित होते हैं ?

(A) पूँजीगत वस्तुएँ (B) मालसूची वस्तुएँ

(C) अयाचित वस्तुएँ (D) तैयार वस्तुएँ

(ii) बताइए कि निम्न कथन सत्य अथवा असत्य है :

"ऐसी कम्पनियाँ जो उत्पादों के अनुकूल मूल्यों को प्राप्त करने का प्रयत्न करती हैं, अपने आप को प्राय: उत्पादन के विभिन्न कारकों की पर्याप्त रूप से क्षतिपूर्ति की स्थिति में पाती हैं।"

(iii) आधारभूत संतुलन मूल्य निर्धारण में मूल्य तथा माँग मात्रा के विपरीत संबंध का क्या महत्त्व है ?

(A) उच्च मूल्य, उच्च माँग

(B) कम मूल्य, कम माँग

(C) मूल्य तथा माँग में कोई संबंध नहीं

(D) कम मूल्य अधिक माँग की ओर ले जाता है

(iv) __________ मूल्यनिर्धारण नीति के अन्तर्गत उत्पादक वितरकों के साथ प्राय: औपचारिक समझौते के द्वारा स्वयं के हितों को सुरक्षित रखता है।

(A) माँग उन्मुखी (B) छेदन

(C) पुन: विक्रय (D) लागत जमा

(v) बताइए कि निम्न कथन सत्य अथवा असत्य है :

"वितरक केवल समानसूचक उत्पाद ही रखते हैं।"

(vi) उपभोक्ताओं का फैलाव वितरण माध्यम के चयन को किस प्रकार प्रभावित करता है ?

(A) एक सीमित उपभोक्ता क्षेत्र में उत्पादक वितरण को प्रत्यक्ष रूप से देखता है।

(B) संपूर्ण देश में फैले हुए उपभोक्ताओं वाले उत्पादों के लिए फुटकर व्यापारियों पर भरोसा करना होता है।

(C) उपभोक्ता फैलाव का कोई प्रभाव नहीं होता।

(D) छोटे उपभोक्ता फैलाव के लिए फुटकर व्यापारियों तथा थोक व्यापारियों पर अत्यधिक भरोसा करने की आवश्यकता होती है।

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

(i) Installations equipment come under the category of :

(A) Capital goods (B) Inventory goods

(C) Unsought goods (D) Finished goods

(ii) State whether the following statement is True or False :

"Companies trying to secure favourable product prices often find themselves in a position to sufficiently compensate for various production factors."

(iii) What does inverse relationship between price and quantity demanded signify in context of basic equilibrium price determination ?

(A) Higher prices, higher demand

(B) Lower prices, lower demand

(C) No relationship between price and demand

(D) Lower price leads to higher demand

(iv) ____________ pricing policy involves the manufacturer setting a minimum price for their product often through formal agreements with distributors to protect the manufacturer's interest.

(A) Demand-oriented (B) Penetration

(C) Resale (D) Cost-plus

(v) State whether the following statement is True or False :

"Distributors only carry complementary product lines."

(vi) How does spread of consumers influence the selection of a distribution channel ?

(A) In a limited consumer sphere, producer handles distribution directly.

(B) Products with nationwide consumer distribution rely on retailers.

(C) Consumer spread has no impact.

(D) Small consumer spreads require extensive use of retailers and wholesalers.

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

(i) उत्पाद की कमी होने पर भी निरंतर संवर्धन क्यों महत्त्वपूर्ण होता है ?

(A) संवर्धन कमी के समय में उत्पादों के मूल्य बढ़ोतरी में सहायता करता है।

(B) संवर्धन कमी के समय नए ग्राहकों को आकर्षित करता है।

(C) संवर्धन ग्राहकों को ब्राण्ड की याद दिलाता है।

(D) कमी के समय संवर्धन अनावश्यक है।

(ii) निम्न में से कौन-सा सिनेमा विज्ञापन की एक सीमा है ?

(A) बंदी दर्शक

(B) लंबे समय तक का विडियो

(C) बड़ा पर्दा

(D) उच्च विकर्षण

(iii) व्यक्तिगत विक्रय का वर्णन कैसे किया जा सकता है ?

(A) संप्रेषण का एकतरफा तरीका जिसके द्वारा बिना भुगतान के ग्राहकों को सूचित किया जाता है

(B) सूचना के द्वारा ग्राहकों को क्रय के लिए मनाने का भुगतान वाला दो तरफा संप्रेषण

(C) अप्रत्यक्ष संप्रेषण

(D) टेलीमार्केटिंग का एक प्रकार

(iv) निम्न में से कौन-सा अमूर्त सेवा की एक विशेषता है ?

(A) भौतिक रूप से स्वामित्व प्राप्त किया जा सकता है तथा शैल्फ पर रखा जा सकता है

(B) इसका एक भौतिक स्वरूप तथा आकार होता है

(C) इसे छुआ, देखा तथा धारण नहीं किया जा सकता है

(D) अधिनियमिति से पूर्व जाँच की जा सकती है

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

(i) Why is continuous promotion important even during product shortages ?

(A) Promotion helps increase product prices during shortages.

(B) Promotion attracts new customers during shortages.

(C) Promotion reminds customers of the brand.

(D) Promotion is unnecessary during shortages.

(ii) Which of the following is a limitation of cinema advertising ?

(A) Captive audience

(B) Longer video

(C) Larger screen

(D) High distraction

(iii) How can personal selling be described ?

(A) Non-paid one-way communication to inform customers about products

(B) Paid, two-way communication to persuade customers through information.

(C) Indirect communication

(D) A form of telemarketing

(iv) Which of these is a feature of intangible service ?

(A) Can be physically owned and put on a shelf

(B) Has a physical shape and size

(C) Can not be touched, seen or held

(D) Can be examined before enactment

(v) बताइए कि निम्न सूचना सत्य अथवा असत्य है :
"ऑनलाइन विपणन परंपरागत विपणन के समान है क्योंकि यह सगंठन को विपणन अभियान के वास्तविक पर्यावरण में विश्लेषण की अनुमति देता है।"

(vi) विभिन्न विपणन माध्यमों के संदर्भ में आँकड़ों को उपयोग करने का क्या उद्देश्य है ?
(A) आँकड़े विपणन माध्यम की लागत ज्ञात करने में सहायता करते हैं।
(B) आँकड़े माध्यमों की प्रभावशीलता का तेज अवलोकन प्रदान करते हैं।
(C) आँकड़ों को प्राथमिक रूप से प्रतियोगियों की विपणन रणनीति का विश्लेषण करने में उपयोग किया जाता है।
(D) आँकड़े विपणन माध्यमों के निष्पादन का आकलन करने के लिए गैर-प्रासांगिक होते हैं।

खण्ड ख

(विषयपरक प्रकार के प्रश्न) **(30 अंक)**

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

7. तनाव प्रबंध के किन्हीं दो तरीकों को समझाइए।

8. समझाइए कि अपशिष्ट तथा प्रदूषण को कम कैसे किया जा सकता है ?

9. लिब्रेऑफिस इंप्रेस कैसे शुरू किया जा सकता है ?

10. एक उद्यमी सफल कैसे होता है ? समझाइए।

11. बाह्य अभिप्रेरणा क्या होती है ?

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

12. ऑनलाइन विपणन का एक लाभ तथा एक सीमा दीजिए।

13. छेदन मूल्य निर्धारण नीति का क्या अर्थ है ?

14. सेवा विपणन में सामना की जाने वाली कोई दो कठिनाइयाँ समझाइए।

15. विशिष्ट उत्पाद क्या होते हैं ?

16. सोशल मीडिया क्या है ?

(v) State whether the following statement is True or False :

"Online marketing is similar to traditional marketing as it allows organizations to analyze marketing campaigns in real time environment."

(vi) What is the purpose of using data in the context of various marketing channels ?

(A) Data helps in determining the cost of marketing channels

(B) Data provides a quick view of the effectiveness of channels

(C) Data is primarily used to analyze competitor's marketing strategies.

(D) Data is irrelevant in assessing the performance of marketing channels

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. Explain any two ways to manage stress.

8. Explain how to minimize waste and pollution.

9. How can LibreOffice Impress be started ?

10. What makes an entrepreneur successful ? Explain.

11. What is extrinsic motivation ?

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

12. Give one advantage and one limitation of online marketing.

13. What is meant by penetration pricing policy ?

14. Explain any two problems faced in service marketing.

15. What are speciality products ?

16. What is social media ?

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

17. विज्ञापन तथा मौखिक संप्रेषण में कोई तीन अन्तर दीजिए।

18. सेवा का वर्णन कीजिए।

19. थोक विक्रेताओं तथा बड़े पैमाने के फुटकर व्यापारियों में अंतर दीजिए।

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

20. उत्पाद का क्या अर्थ है ? उत्पाद के घटकों को समझाइए।

21. लागत जमा मूल्य निर्धारण तथा मार्कअप मूल्य निर्धारण में अंतर दीजिए।

22. उपभोक्ता या बाज़ार से संबंधित कोई चार कारक समझाइए।

23. प्रवर्तन मिश्र के चयन को पुश तथा पुल रणनीतियाँ कैसे प्रभावित करती हैं ?

24. ऑनलाइन विपणन क्या है ? ऑनलाइन विपणन का उपयोग करने वाली किन्हीं चार अग्रणी कम्पनियों के उदाहरण दीजिए।

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

17. Give any three differences between Advertising and Word of Mouth communication.

18. Describe services.

19. Differentiate between wholesalers and large scale retailers.

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

20. What is meant by a product ? Explain components of a product.

21. Differentiate between Cost-plus pricing and Mark-up pricing.

22. Explain any four factors pertaining to the consumer or the market.

23. How do Push and Pull strategies affect selection of promotion mix ?

24. What is Online Marketing ? Give examples of any four leading companies using online marketing.