Series : WXYZ/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	NOTE
(I) कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में मुद्रित पृष्ठ **19** हैं।	(I) Please check that this question paper contains **19** printed pages.
(II) प्रश्न-पत्र में दाहिने हाथ की ओर दिए गए प्रश्न-पत्र कोड को परीक्षार्थी उत्तर-पुस्तिका के मुख-पृष्ठ पर लिखें।	(II) 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.
(III) कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में **24** प्रश्न हैं।	(III) Please check that this question paper contains **24** questions.
(IV) **कृपया प्रश्न का उत्तर लिखना शुरू करने से पहले, उत्तर-पुस्तिका में यथा स्थान पर प्रश्न का क्रमांक अवश्य लिखें।**	(IV) **Please write down the Serial Number of the question in the answer-book at the given place before attempting it.**
(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 परीक्षार्थी केवल प्रश्न-पत्र को पढ़ेंगे और इस अवधि के दौरान वे उत्तर-पुस्तिका पर कोई उत्तर नहीं लिखेंगे। #	(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 candidates 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) *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 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 दिए गए ***6*** प्रश्नों में से किन्हीं ***4*** के उत्तर दीजिए। *4×1=4*

(i) सक्रिय श्रवण के पाँच चरणों का सही क्रम चुनिए :

(1) समझना (2) प्राप्त करना

(3) याद रखना (4) मूल्यांकन करना

(5) प्रतिक्रिया देना

(A) 1, 2, 3, 4, 5 (B) 2, 1, 4, 3, 5

(C) 5, 4, 1, 2, 3 (D) 2, 1, 3, 4, 5

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*x*1=4*

(i) Choose the correct order of the five stages of active listening :

(1) Understanding (2) Receiving

(3) Remembering (4) Evaluating

(5) Responding

(A) 1, 2, 3, 4, 5 (B) 2, 1, 4, 3, 5

(C) 5, 4, 1, 2, 3 (D) 2, 1, 3, 4, 5

(ii) अदिति का मानना है कि वह दूसरे लोगों या घटनाओं को अपने विचारों से प्रभावित कर सकती है। वह अक्सर व्यवहार की ग़लत व्याख्या करती है। यह कौन-सा सामान्य व्यक्तित्व विकार है ?

(A) अन्तराबंध (स्किज़ोइड) व्यक्तित्व विकार
(B) व्यामोहाभ (पैरानॉयड) व्यक्तित्व विकार
(C) मनोविदली (स्किज़ोटाइपल) व्यक्तित्व विकार
(D) अस्थिर (बॉर्डरलाइन) व्यक्तित्व विकार

(iii) __________ परेशान, चिड़चिड़ा और निराश महसूस करने की स्थिति है। इससे हमें लगता है कि कुछ भी ठीक से काम नहीं कर रहा है और हम अपने लक्ष्य हासिल नहीं कर पा रहे हैं।

(A) तनाव (B) घबराहट
(C) चिंता (D) प्रेरणा

(iv) इनमें से कौन-सा स्प्रेडशीट का घटक ***नहीं*** है ?

(A) पंक्ति (रो) (B) सेल
(C) कार्यपुस्तिका (वर्कबुक) (D) टूलबॉक्स

(v) रॉबिन 48 साल के हैं। उन्होंने बिजनेस शुरू किया है और ऐसा काम करने वाले वह अपने परिवार में अकेले हैं। रॉबिन किस प्रकार के उद्यमी हैं ?

(A) पारिवारिक व्यवसाय उद्यमी (B) सामाजिक उद्यमी
(C) पहली पीढ़ी के उद्यमी (D) सेवा उद्यमी

(vi) इनमें से कौन-सी ग्रीनहाउस गैस है ?

(A) कार्बन हाइड्रॉक्साइड (B) ऑक्सीजन
(C) नाइट्रोजन (D) मीथेन

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

(i) __________ उस तरीके को संदर्भित करता है जिसमें एक विपणक किसी विशेष खंड या ग्राहक को संतुष्ट करने के लिए पूरे उत्पाद को बदल देता है।

(A) उत्पाद विशिष्टीकरण (B) उत्पाद पुनर्स्थापन
(C) उत्पाद ब्रांडिंग (D) उत्पाद स्थिति निर्धारण

(ii) इनमें से कौन-सा उपभोक्ता वस्तुओं का वर्गीकरण ***नहीं*** है ?

(A) गैर-टिकाऊ वस्तुएँ (B) शॉपिंग वस्तुएँ
(C) सुविधा वस्तुएँ (D) विशिष्ट वस्तुएँ

(ii) Aditi believes that she can influence other people or events with her thoughts. She often misinterprets behaviour. What common personality disorder is this ?

(A) Schizoid personality disorder

(B) Paranoid personality disorder

(C) Schizotypal personality disorder

(D) Borderline personality disorder

(iii) ________ is a state of feeling upset, annoyed and hopeless. It makes one feel nothing is working right and we are not able to achieve our goals.

(A) Stress (B) Panic

(C) Anxiety (D) Motivation

(iv) Which of the following is ***not*** a component of a spreadsheet ?

(A) Row (B) Cell

(C) Workbook (D) Toolbox

(v) Robin is 48 years old. He has started a business where he is the only one in his family to do such work. What kind of entrepreneur is Robin ?

(A) Family business entrepreneur (B) Social entrepreneur

(C) First-generation entrepreneur (D) Service entrepreneur

(vi) Which of these is a greenhouse gas ?

(A) Carbon hydroxide (B) Oxygen

(C) Nitrogen (D) Methane

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

(i) _________ refers to the manner in which a marketer changes the whole product in order to satisfy a particular segment or customer.

(A) Product differentiation (B) Product repositioning

(C) Product branding (D) Product positioning

(ii) Which of these is ***not*** a classification of consumer goods ?

(A) Non-durable goods (B) Shopping goods

(C) Convenience goods (D) Specialty goods

(iii) _______, मूल्य निर्धारण की कुंजी के रूप में मूल्य के बारे में खरीदारों की धारणा का उपयोग करता है न कि विक्रेता की लागत का।

(A) विभेदक मूल्य निर्धारण (B) प्रवेश मूल्य नीति

(C) स्किमिंग मूल्य निर्धारण (D) अनुमानित मूल्य निर्धारण

(iv) इनमें से कौन-सा प्रत्यक्ष विपणन का दूसरा नाम ***नहीं*** है ?

(A) व्यक्तिगत बिक्री (B) पाठ्यक्रम (करिकुलम) विपणन

(C) डेटाबेस विपणन (D) संवाद विपणन

(v) _______ ऐसे आउटलेट संचालित करते हैं जो व्यक्तिगत और गैर-व्यावसायिक उपयोग के लिए घरेलू ग्राहकों के साथ सीधे व्यापार करते हैं।

(A) थोक विक्रेता (B) वितरक

(C) डीलर (D) खुदरा विक्रेता

(vi) विपणन मिश्रण के निम्नलिखित 4Ps में से कौन-सा माध्यम, स्थान, परिवहन आदि के बारे में है ?

(A) प्रचार (प्रोमोशन) (B) स्थान (प्लेस)

(C) उत्पाद (प्रोडक्ट) (D) कीमत (प्राइस)

(vii) इनमें से कौन-सा किसी सेवा की गुणवत्ता को आँकने का मानदंड ***नहीं*** है ?

(A) विश्वसनीयता (B) ब्रांडिंग

(C) जवाबदेही (D) पहुँच

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

(i) अत्यावश्यक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए _______ प्रकार का सामान खरीदा जाता है। ऐसी स्थिति में, खरीददार को अधिक भुगतान करने के लिए मजबूर होना पड़ता है।

(A) मूर्त वस्तुएँ (B) आपातकालीन वस्तुएँ

(C) अमूर्त वस्तुएँ (D) आवेगपूर्ण वस्तुएँ

(ii) इनमें से कौन-सा वह कारक ***नहीं*** है जिसे किसी उत्पाद की कीमत तय करते समय ध्यान में रखा जाता है ?

(A) कच्चे माल की कीमत (B) बाज़ार का आकार

(C) बाज़ार में प्रतिस्पर्धा (D) विनिर्माण की लागत

(iii) ________ uses buyers' perceptions of value and not the seller's cost as the key to pricing.

(A) Differential pricing (B) Penetration price policy

(C) Skimming pricing (D) Perceived value pricing

(iv) Which of these is ***not*** another name for direct marketing ?

(A) Personal selling (B) Curriculum marketing

(C) Database marketing (D) Dialogue marketing

(v) _________ operate outlets that trade directly with household customers for personal and non-business use.

(A) Wholesalers (B) Distributors

(C) Dealers (D) Retailers

(vi) Which of the following 4Ps of the marketing mix is about channels, locations, transportation, etc. ?

(A) Promotion (B) Place

(C) Product (D) Price

(vii) Which of these is ***not*** a criteria to judge a service quality ?

(A) Reliability (B) Branding

(C) Responsiveness (D) Access

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

(i) __________ are a type of goods that are purchased to fulfil urgent requirements. In such circumstances, the buyer is compelled to pay more.

(A) Tangible goods (B) Emergency goods

(C) Intangible goods (D) Impulse goods

(ii) Which of these is ***not*** a factor which is taken into account while deciding the price of a product ?

(A) Price of raw material (B) Size of market

(C) Competition in the market (D) Cost of manufacturing

(iii) इनमें से कौन-सा वितरण चैनल के लॉजिस्टिक कार्यों की श्रेणी में ***नहीं*** आता है ?

(A) खरीदना (B) सामान का संयोजन करना

(C) छंटाई करना (D) परिवहन

(iv) _______ व्यक्तियों द्वारा उत्पादों के बारे में जानकारी देने और आपसी दीर्घकालिक संबंध बनाने के लिए की जाने वाली आमने-सामने की बातचीत है।

(A) बिक्री संवर्धन (B) विज्ञापन

(C) व्यक्तिगत बिक्री (D) पुरस्कार प्रोत्साहन

(v) _______ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के एक या अधिक रूपों के माध्यम से उत्पादों या ब्रांडों का प्रचार है।

(A) ऑफ़लाइन मार्केटिंग (B) सोशल मीडिया मार्केटिंग

(C) प्लेटफार्म मार्केटिंग (D) ऑनलाइन मार्केटिंग

(vi) _______ एक पेशेवर व्यवसाय से संबंधित नेटवर्किंग साइट है, जो कंपनियों को अपने साथ-साथ अपने व्यवसायिक नेटवर्क के लिए पेशेवर प्रोफ़ाइल बनाने और दूसरों से मिलने की अनुमति देती है।

(A) गूगल+ (Google+) (B) लिंक्ड-इन (LinkedIn)

(C) व्हाट्सअप (WhatsApp) (D) इंस्टाग्राम (Instagram)

(vii) इनमें से कौन-सा येलो पेज विज्ञापन का लाभ है ?

(A) गैर-दखलअंदाजी (B) परिवर्तनों का धीमा प्रतिबिंब

(C) अधिक शेल्फ जीवन (D) विस्तार से (इन-डेप्थ) कवरेज

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

(i) इनमें से कौन-सा बिक्री संवर्धन का उद्देश्य ***नहीं*** है ?

(A) परीक्षण में वृद्धि (B) रुचि पैदा करना

(C) उपयोग का विस्तार (D) हाइब्रिड बिक्री संवर्धन

(ii) रोनिता अपने व्यावसायिक उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए एक मंच का उपयोग करती है। प्लेटफार्म उसे टाइमलाइन पर दिखाई देने वाले 140 अक्षरों तक सीमित छोटे संदेशों के माध्यम से प्रचार करने की अनुमति देता है। उस प्लेटफार्म को पहचानिए।

(A) फेसबुक (Facebook) (B) इंस्टाग्राम (Instagram)

(C) ट्विटर (Twitter) / एक्स (X) (D) गूगल+ (Google+)

(iii) Which of these does ***not*** fall under the category of logistical functions of distribution channel ?

(A) Buying (B) Assembling goods

(C) Sorting (D) Transportation

(iv) _________ is face-to-face interaction performed by individuals to give information on products and create mutual long-term relationships.

(A) Sales promotion (B) Advertising

(C) Personal selling (D) Prize promotion

(v) _________ is the promotion of products or brands via one or more forms of electronic media.

(A) Offline marketing (B) Social media marketing

(C) Platform marketing (D) Online marketing

(vi) __________ is a professional business-related networking site that allows companies to create professional profiles for themselves as well as their business network and meet others.

(A) Google+ (B) LinkedIn

(C) WhatsApp (D) Instagram

(vii) Which of these is an advantage of yellow page advertising ?

(A) Non-Intrusive (B) Slow reflection of change

(C) More shelf life (D) In-depth coverage

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

(i) Which of these is ***not*** an objective of sales promotion ?

(A) Increased trial (B) Creating interest

(C) Widening usage (D) Hybrid sales promotion

(ii) Ronita uses a platform for promoting her business products. The platform allows her to promote via short messages limited to 140 characters that appear on timelines. Identify the platform.

(A) Facebook (B) Instagram

(C) Twitter/X (D) Google+

(iii) निर्माता → थोक विक्रेता → खुदरा विक्रेता → उपभोक्ता

उपर्युक्त प्रवाह चार्ट एक ________ चैनल दर्शाता है।

(A) तीन-स्तरीय (B) एक-स्तरीय

(C) दो-स्तरीय (D) चार-स्तरीय

(iv) ________ कीमतें निर्धारित करने की एक विधि है, जो कंपनी के लाभ को ध्यान में रखती है और उत्पादन की लागत को कवर करती है।

(A) सम-लाभ मूल्य निर्धारण

(B) लागत से अधिक मूल्य निर्धारण

(C) लागत-उन्मुख मूल्य निर्धारण

(D) मार्कअप मूल्य निर्धारण

(v) इनमें से कौन-सा उत्पाद जीवन चक्र का एक चरण ***नहीं*** है जो उत्पाद बिक्री इतिहास को दर्शाता है ?

(A) परिपक्वता (B) परिचय

(C) विकास (D) उछाल

(vi) इनमें से कौन-सी विकास अवस्था की विशेषता ***नहीं*** है ?

(A) प्रतिस्पर्धा का कुछ कंपनियों तक ही सीमित होना

(B) पैमाने की अर्थव्यवस्था के कारण लागत कम होना

(C) लाभ में वृद्धि

(D) बढ़ती चयनात्मक माँग पर ध्यान केंद्रित करके प्रमुख स्थिति बनना

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

(i) पीटर ड्रकर के अनुसार, कोई उत्पाद कब केवल कच्चे माल या मध्यवर्ती से अधिक हो जाता है ?

(A) जब इसका निर्माण किया जाता है

(B) जब इसका विपणन किया जाता है

(C) जब इसे खरीदा या उपभोग किया जाता है

(D) जब इसे डिज़ाइन किया गया है

(iii) Manufacturer → Wholesaler → Retailer → Consumer

The above flowchart depicts a _________ channel.

(A) Three-level (B) One-level

(C) Two-level (D) Four-level

(iv) _________ is a method of setting prices that takes into account the company's profit and covers its costs of production.

(A) Break-even pricing

(B) Cost plus pricing

(C) Cost-oriented pricing

(D) Markup pricing

(v) Which of these is ***not*** a stage of product life cycle that depicts a product sale history ?

(A) Maturity (B) Introduction

(C) Growth (D) Boom

(vi) Which of these is ***not*** a characteristic of growth stage ?

(A) Competition is limited to a few firms

(B) Reduced costs because of economies of scale

(C) Increase in profits

(D) Dominant position created by focusing on increasing selective demand

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

(i) According to Peter Drucker, when does a product become more than just raw material or an intermediate ?

(A) When it is manufactured

(B) When it is marketed

(C) When it is bought or consumed

(D) When it is designed

(ii) निम्नलिखित में से कौन-सा कथन विपणन मिश्र में कीमत की भूमिका का सटीक वर्णन करता है ?

(A) कीमत, विपणन मिश्र का एकमात्र तत्त्व है जो संगठन के लिए राजस्व उत्पन्न करता है।

(B) कीमत, ही एकमात्र तत्त्व है, जो उनके द्वारा उपयोग किए जाने वाले वितरण चैनलों को निर्धारित करता है।

(C) कीमत मुख्य रूप से फर्म के उत्पाद के प्रचार और विज्ञापन से संबंधित है।

(D) कीमत संगठन की समग्र लागत संरचना को प्रभावित नहीं करती है।

(iii) किसी कंपनी की स्थापित छवि उसकी मूल्य निर्धारण रणनीति को कैसे प्रभावित कर सकती है ?

(A) कोई प्रभाव नहीं

(B) ग्राहकों के विश्वास को प्रभावित किए बिना कीमतें निर्धारित करने में लचीलेपन की अनुमति देता है।

(C) यह समर्थन दोनों का हो सकता है, यानी ऊँची कीमतों का समर्थन या कम कीमतों पर जाने से प्रतिष्ठा को नुकसान पहुँचाना।

(D) इसके लिए समान मूल्य स्तर बनाए रखने की सख़्त आवश्यकता है।

(iv) निम्नलिखित में से कौन-सा आंतरिक कारक का उदाहरण है जो उत्पाद मूल्य निर्धारण को प्रभावित कर सकता है ?

(A) बाज़ार प्रतिस्पर्धा

(B) सरकारी नियम

(C) कच्चे माल के खरीद और उत्पाद की लागत

(D) उपभोक्ता वरीयता

(v) निम्नलिखित में से कौन-सा, एक कार्य वितरण चैनल में लेनदेन संबंधी कार्यों का हिस्सा ***नहीं*** है ?

(A) खरीदना (B) बेचना

(C) जोखिम उठाना (D) भंडारण करना

(vi) निम्नलिखित में से कौन-सा एक वितरण चैनल का सुविधा प्रदान करने वाला कार्य है ?

(A) जोखिम उठाना (B) बाज़ार की जानकारी

(C) खरीदना (D) भंडारण

(ii) Which of the following statements accurately describe the role of price in the marketing mix ?

(A) Price is the only element of marketing mix that generates revenue for the organization.

(B) Price is the only element that determines the distribution channels used by them.

(C) Price is primarily concerned with the promotion and advertising of a firm's product.

(D) Price does not influence the overall cost structure of the organization.

(iii) How can a company's established image impact its pricing strategy ?

(A) No impact

(B) Allows flexibility in setting prices without affecting customers trust.

(C) It can be both, i.e., support high pricing or damage reputation if shifting to low prices.

(D) It strictly requires maintaining the same price level.

(iv) Which of the following is an example of an internal factor that can influence product pricing ?

(A) Market competition

(B) Government regulations

(C) Cost of production and procurement of raw materials

(D) Consumer preferences

(v) Which of the following functions is ***not*** a part of transactional functions in a distribution channel ?

(A) Buying (B) Selling

(C) Risk Bearing (D) Warehousing

(vi) Which one of the following is a facilitating function of the distribution channel ?

(A) Risk Bearing (B) Market Information

(C) Buying (D) Storage

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

(i) निम्नलिखित में से कौन-सा एक शून्य-स्तरीय वितरण चैनल का वर्णन करता है ?

(A) निर्माता थोक विक्रेताओं को बेचता है, जो फिर खुदरा विक्रेताओं को बेचते हैं।

(B) निर्माता बिचौलियों के बिना सीधे ग्राहक को बेचता है।

(C) उत्पाद ग्राहक तक पहुँचने से पहले बिचौलियों की एक श्रृंखला के माध्यम से बेचा जाता है।

(D) निर्माता अंतिम उपभोक्ता तक पहुँचने के लिए एजेंटों का उपयोग करता है।

(ii) कथित मूल्य निर्धारण के तहत कीमतें निर्धारित करने में मुख्य कारक क्या है ?

(A) विक्रेता की लागत (B) बाज़ार औसत

(C) खरीदार की धारणा (D) प्रतिस्पर्धी की कीमत

(iii) प्रचार मिश्र के भीतर संचार उपकरणों को विभाजित करने का उद्देश्य क्या है ?

(A) प्रत्यक्ष विपणन रणनीतियों पर पूरी तरह से ध्यान केंद्रित करना।

(B) विशिष्ट उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए सबसे प्रभावी उपकरण का निर्धारण करना।

(C) विपणन रणनीति में बिक्री सवंर्धन की आवश्यकता को समाप्त करना।

(D) एक ही विपणन अभियान में एकाधिक तरीकों का उपयोग करने से बचना।

(iv) एकीकृत विपणन संचार क्या है ?

(A) अल्पकालिक लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए केवल बिक्री संवर्धन पर ध्यान केंद्रित करना।

(B) केवल प्रचार प्रयासों के माध्यम से एक नया उत्पाद बाज़ार में उतारना।

(C) एक संतुलित रणनीति बनाने के लिए प्रचार मिश्रण के सभी तत्त्वों का संयोजन करना।

(D) औद्योगिक कंपनियों के लिए मुख्यत: प्रत्यक्ष विपणन पर केन्द्रित होना।

(v) सेवाओं में विविधता की अवधारणा का क्या अर्थ है ?

(A) सभी सेवाएँ गुणवत्ता और वितरण में समान हैं।

(B) लगातार गुणवत्ता सुनिश्चित करने के लिए सेवाओं को आसानी से मानकीकृत किया जा सकता है।

(C) सेवाएँ भिन्न-भिन्न होती हैं क्योंकि वे मानवीय कार्यों और अंत:क्रिया पर निर्भर करती हैं।

(D) सेवा का उत्पादन और उपभोग अलग-अलग समय पर किया जाता है, जिससे गुणवत्ता नियंत्रण संभव होता है।

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

(i) Which one of the following describes a zero-level distribution channel ?

(A) The manufacturer sells to wholesalers who then sell to retailers.

(B) The manufacturer sells directly to the customer without intermediaries.

(C) The product is sold through a chain of intermediaries before reaching the customer.

(D) The manufacturer uses agents to reach the final consumer.

(ii) What is the key factor in setting prices under perceived value pricing ?

(A) Seller's cost (B) Market average

(C) Buyers's perception (D) Competitor's price

(iii) What is the purpose of dividing communication tools within the promotion mix ?

(A) To focus solely on direct marketing strategies.

(B) To determine the most effective tool for achieving specific objectives.

(C) To eliminate the need for sales promotion in a marketing strategy.

(D) To avoid using multiple tools in a single marketing campaign.

(iv) What is integrated marketing communication ?

(A) Focusing only on sales promotion to achieve short-term goals.

(B) Launching a new product solely through publicity efforts.

(C) Combining all elements of the promotion mix to create a balanced strategy.

(D) Focusing mostly on direct marketing for industrial companies.

(v) What does the concept of heterogeneity in services imply ?

(A) All services are identical in quality and delivery.

(B) Services can be easily standardized to ensure consistent quality.

(C) Services vary because they depend on human actions and interactions.

(D) Services are produced and consumed at different times, allowing for quality control.

(vi) ऑनलाइन मार्केटिंग का प्राथमिक केन्द्र बिन्दु क्या है ?

(A) केवल पारंपरिक मीडिया के माध्यम से उत्पादों का प्रचार करना।

(B) उत्पादों या ब्रांडों को बढ़ावा देने के लिए इंटरनेट आधारित चैनल का उपयोग करना।

(C) केवल मोबाइल फ़ोन के माध्यम से उत्पादों का विपणन करना।

(D) विपणन रणनीतियों से डिजिटल प्रौद्योगिकी को बाहर करना।

खण्ड ख

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

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

7. सक्रिय श्रवण का वर्णन कीजिए।

8. व्यक्तित्व विकार किसी के जीवन पर भारी प्रभाव डाल सकते हैं। व्यक्तित्व विकारों पर काबू पाने के लिए किन्हीं दो चरणों की व्याख्या कीजिए।

9. किसी स्प्रेडशीट को पासवर्ड से सुरक्षित करने के चरणों की व्याख्या कीजिए।

10. एक उद्यमी के किन्हीं दो गुणों का एक या दो पंक्तियों में वर्णन कीजिए।

11. हरित नौकरियों के क्या लाभ हैं ?

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

12. किसी उत्पाद में लेबल की भूमिका समझाइए ।

13. किसी फर्म के लिए मूल्य निर्धारण के किसी एक महत्त्व की व्याख्या कीजिए।

14. विक्रय संवर्धन का वर्णन कीजिए।

15. पत्रिका विज्ञापन के एक लाभ और एक सीमा की व्याख्या कीजिए।

16. ऑनलाइन विपणन (मार्केटिंग) का कोई एक लाभ बताइए।

(vi) What is the primary focus of online marketing ?

(A) Promoting products solely through traditional media.

(B) Using Internet-based channels to promote products or brands.

(C) Marketing products only through mobile phones.

(D) Excluding digital technologies from marketing strategies.

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.* $3 \times 2 = 6$

7. Describe Active Listening.

8. Personality disorders can drastically impact one's life. Explain any two steps to overcome personality disorders.

9. Explain steps to protect a spreadsheet with password.

10. Describe any two qualities of an entrepreneur in one to two lines each.

11. What are the benefits of green jobs ?

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

12. Explain the role of Label in a product.

13. Explain any one importance of pricing for a firm.

14. Describe Sales Promotion.

15. Explain one advantage and one limitation of magazine advertising.

16. Give any one advantage of online marketing.

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

17. उत्पाद मिश्र को प्रभावित करने वाले किन्हीं तीन कारकों की व्याख्या कीजिए।

18. खुदरा विक्रेताओं के किन्हीं तीन कार्यों की व्याख्या कीजिए।

19. ऑनलाइन विपणन (मार्केटिंग) और प्रत्यक्ष विपणन (डायरेक्ट मार्केटिंग) एक दूसरे से कैसे भिन्न हैं ?

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

20. पैकेजिंग क्या है ? इसके कार्य क्या हैं ?

21. संख्यात्मक सहायता से सम-लाभ मूल्य निर्धारण की व्याख्या कीजिए।

22. विपणन मिश्र में स्थान के महत्त्व को समझाइए।

23. प्रचार के साधन के रूप में जनसंपर्क और प्रायोजन (स्पोंसरशिप) पर एक टिप्पणी लिखिए।

24. ऑनलाइन विपणन (मार्केटिंग) का क्या महत्त्व है ? ऑनलाइन विपणन (मार्केटिंग) के उपकरण क्या हैं ?

*Answer any **2** out of the given **3** questions in 30 – 50 words each.* $2\times3=6$

17. Explain any three factors affecting or influencing the product mix.

18. Explain any three functions of Retailers.

19. How are online marketing and direct marketing distinct from one another ?

*Answer any **3** out of the given **5** questions in 50 – 80 words each.* $3\times4=12$

20. What is Packaging ? What are its functions ?

21. Explain Break-even pricing with the help of numericals.

22. Explain the importance of Place in marketing mix.

23. Write a note on public relations and sponsorship as means of promotion.

24. What is the significance of online marketing ? What are the tools of online marketing ?