

Series ONS

XII-2016

SET-4

कोड नं.
Code No. **307**

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 34 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 34 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 - II
MARKETING - II

निर्धारित समय : 3 घण्टे
Time allowed : 3 hours

अधिकतम अंक : 60
Maximum Marks : 60

307

1



P.T.O.

सामान्य निर्देश :

- (i) यह प्रश्न-पत्र चार खण्डों में विभाजित है।
- (ii) खण्ड क में एक-एक अंक के 9 प्रश्न हैं। इन सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
- (iii) खण्ड ख में दो-दो अंकों के 12 छोटे उत्तर वाले प्रश्न हैं। इनमें से किन्हीं 10 प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
- (iv) खण्ड ग में तीन-तीन अंकों के 9 छोटे उत्तर वाले प्रश्न हैं। इनमें से किन्हीं 7 प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
- (v) खण्ड घ में पाँच-पाँच अंकों के 4 लम्बे उत्तर वाले प्रश्न हैं। इनमें से किन्हीं 2 प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

General Instructions :

- (i) This question paper is divided into **four** sections.
- (ii) Section A contains **9** questions carrying **one** mark each. Answer **all** these questions.
- (iii) Section B contains **12** Short Answer Type Questions carrying **two** marks each. Answer any **ten** of these questions.
- (iv) Section C contains **9** Short Answer Type Questions carrying **three** marks each. Answer any **seven** of these questions.
- (v) Section D contains **4** Long Answer Type Questions carrying **five** marks each. Answer any **two** of these questions.

खण्ड - क
SECTION - A

इस खण्ड में एक-एक अंक के बहुविकल्पी प्रश्न हैं। दिए गए विकल्पों में से एक सही विकल्प चुनिए और उसे अपनी उत्तर-पुस्तिका में लिखिए। सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

This section contains multiple choice questions carrying one mark each. Select one correct option out of the given options and write the same in your answer-book. Answer all the questions. 1x9=9

1. कोई गतिविधि या लाभ जो अनिवार्यतः अमूर्त है और जिसे बिक्री के लिए पैदा किया गया है परन्तु उससे स्वामित्व में परिवर्तन नहीं होता उसे कहा जाता है :

(क) मांग (ख) उत्पाद (ग) सेवा (घ) बिक्री

Any activity or benefit offered for sale that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything is called :

(a) Demand (b) Product (c) Service (d) Sale

2. मूल्य (P) विपणन का एक प्रभावशाली घटक है। अन्य महत्वपूर्ण घटक क्या हैं?

(क) उत्पाद, प्रवर्तन, स्थान (ख) उत्पाद, स्थान, अनुनय

(ग) स्थान, गौरव, व्यक्ति (घ) उत्पाद, व्यक्ति, स्थान

Price (P) is an important factor for effective marketing. What are the other P's ?

(a) Product, Promotion, Place (b) Product, Place, Persuasion

(c) Place, Pride, Person (d) Product, Person, Place

3. विपणन मिश्र के निम्नलिखित 4Ps में से किसमें स्टॉक का प्रबन्धन, संग्रहण एवं भंडारण के सम्बन्ध में निर्णय लिए जाते हैं?

(क) उत्पाद (Product) (ख) स्थान (Place)

(ग) मूल्य (Price) (घ) प्रवर्तन (Promotion)

Which of the following 4Ps of marketing mix involves decisions relating to inventory management, storage and warehousing ?

(a) Product (b) Place

(c) Price (d) Promotion

4. इसमें वे सभी क्रियाएँ आ जाती हैं जो वस्तुओं को निर्माता से लेकर ग्राहकों तक पहुँचाने के लिए आवश्यक हैं :

- (क) विक्रय (ख) विज्ञापन
(ग) संवर्धन (घ) भौतिक वितरण

This covers all the activities required to physically moves goods from manufacturers to the customers :

- (a) Selling (b) Advertising
(c) Promotion (d) Physical Distribution

5. आभूषण किस प्रकार का उत्पाद है?

- (क) बाजारी (शापिंग) (ख) विशिष्ट
(ग) सुविधा (घ) अयाचित

Which type of product is Jewellery ?

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

6. निम्न में से किसमें किसी उत्पाद के लिए डिज़ाइनिंग और डिब्बे या आवरण का बनाना समावेशित है?

- (क) लेबलिंग (ख) पैकेजिंग
(ग) ब्रांडिंग (घ) उत्पाद रेखा

Which of the following involves designing and manufacturing the container or wrapper for a product ?

- (a) Labelling (b) Packaging
(c) Branding (d) Product line

7. निम्नलिखित में से कौन-सा पुनर्विक्रेता का प्रकार नहीं माना जाता है?

- (क) थोकव्यापारी (ख) खुदरा विक्रेता
(ग) निर्माता (घ) वितरक

Which of the following is **not** considered a type of reseller ?

- (a) Wholesaler (b) Retailer
(c) Manufacturer (d) Distributor

एक उत्पाद के सबसे बुनियादी स्तर को कहा जाता है :

- (क) मूल (कोर) उत्पाद (ख) केन्द्रीय उत्पाद
(ग) आधार उत्पाद (घ) संवर्धित उत्पाद

The most basic level of a product is called the :

- (a) Core Product (b) Central product
(c) Fundamental product (d) Augmented product

9. निम्नलिखित में से कौन-सा विपणन सम्प्रेषण मिश्र का हिस्सा नहीं है ?

- (क) टेली विपणन (ख) जन सम्पर्क
(ग) बिक्री संवर्धन (घ) विज्ञापन

Which of the following is **not** a part of marketing communication mix ?

- (a) Telemarketing (b) Public relations
(c) Sales promotion (d) Advertising

खण्ड - ख

SECTION - B

इस खण्ड में से किन्हीं दस प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

2x10=20

Answer any ten questions from this section

10. मूल्य निर्धारण की अवधारणा को परिभाषित करें।

Define the concept of price determination.

11. गोदाम को परिभाषित करें।

Define a warehouse.

12. भौतिक साक्ष्य क्या है ?

What is physical evidence ?

13. वस्तुओं और सेवाओं के बीच अन्तर के दो बिन्दु समझाइए।

Explain two points of differences between goods and services.

14. अयाचित उत्पाद क्या है?

What is unsought product ?

15. पैकेजिंग क्या है?

What is Packaging ?

16. विपणन मिश्रण के तहत 'स्थान' को परिभाषित करो।

Define 'place' under marketing mix.

17. मूल्य निर्धारण में नियन्त्रणीय कारकों की सूची बनाइए।

List out controllable factors under pricing.

18. वितरण के माध्यमों को परिभाषित करें।

Define channels of distribution.

19. औद्योगिक उत्पाद क्या होते हैं? दो उदाहरण दीजिए।

What are industrial products ? Give two examples.

20. छूट और कटौती से क्या तात्पर्य है?

What is meant by Rebate and Discount ?

21. विपणन मिश्रण को परिभाषित करें।

Define marketing mix.

खण्ड - ग

SECTION - C

इस खण्ड में से किन्हीं सात प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

3x7=21

Answer any seven questions from this section.

22. खुदरा विक्रेताओं की भूमिका समझाइए।
Explain the role of retailers.
23. विज्ञापन के लक्षणों को समझाइए।
Explain the features of advertising.
24. वितरण के तरीकों को स्पष्ट करें।
Illustrate the modes of distribution.
25. उत्पाद के विभिन्न स्तरों को समझाइए।
Explain the various levels of product.
26. एक उत्पाद के लिए ब्रांडिंग की क्या भूमिका है?
What is the role of branding for a product ?
27. विस्तारित विपणन मिश्रण के तत्वों को बताएँ।
Explain the elements of extended marketing mix.
28. सुविधा उत्पाद को परिभाषित करें और उसकी विशेषताओं को बताएँ।
Define convenience product and state its features.
29. मूल्य निर्धारण क्या है? इसके लक्षण बताइए।
What is pricing ? State its features.
30. सेवाओं की विशेषताओं को लिखिए।
Write down the features of Services.

खण्ड - घ

SECTION - D

इस खण्ड में से किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

5x2=10

Answer any two questions from this section.

31. उत्पाद जीवन चक्र की अवधारणा को समझाइए। इसकी जानकारी वस्तुओं को विपणन की व्यूह रचना विकसित करने में किस प्रकार सहायक हो सकती है?

Explain the concept of Product Life Cycle. How does its understanding help in developing strategies for marketing of goods ?

32. विज्ञापन के गुण और सीमाएँ बताएँ।

Give the merits and limitations of Advertising.

33. वितरण माध्यमों के क्या कार्य हैं? समझाइए।

What are the functions of the channels of distribution ? Explain.

34. निम्नलिखित विक्रय संवर्धन की सामान्य रूप से प्रयोग की जाने वाली क्रियाओं के उदाहरण दीजिए :

- (i) अतिरिक्त मात्रा उपहार स्वरूप
- (ii) उत्पादों का मिश्रण
- (iii) छूट
- (iv) मूल्य के कुछ भाग की वापसी
- (v) नमूनों का वितरण

Give examples of the following commonly used sales promotion activities :

- (i) Quality Gift
- (ii) Product Combination
- (iii) Rebate
- (iv) Refunds
- (v) Distributing Samples