

COM 211

B.Com. IVth SEMESTER EXAMINATION, 2024-25

COMMERCE

(Fundamentals of Marketing)

(CBCS MODE)



AFFIX PRESCRIBED
RUBBER STAMP

Paper ID

(To be filled in the
OMR Sheet)

5463

Date (तिथि) : _____

अनुक्रमांक (अंकों में) :

Roll No. (In Figures) :

अनुक्रमांक (शब्दों में) :

Roll No. (In Words) : _____

Time : 1:30 Hrs.

समय : 1:30 घण्टे

Max. Marks : 75

अधिकतम अंक : 75

नोट : पुस्तिका में 50 प्रश्न दिये गये हैं, सभी प्रश्न करने होंगे। प्रत्येक प्रश्न 1.5 अंक का होगा।

Important Instructions :

1. The candidate will write his/her Roll Number only at the places provided for, i.e. on the cover page and on the OMR answer sheet at the end and nowhere else.
2. Immediately on receipt of the question booklet, the candidate should check up the booklet and ensure that it contains all the pages and that no question is missing. If the candidate finds any discrepancy in the question booklet, he/she should report the invigilator within 10 minutes of the issue of this booklet and a fresh question booklet without any discrepancy be obtained.

महत्वपूर्ण निर्देश :

1. अभ्यर्थी अपने अनुक्रमांक केवल उन्हीं स्थानों पर लिखेंगे जो इसके लिए दिये गये हैं, अर्थात् प्रश्न पुस्तिका के मुख्य पृष्ठ तथा साथ दिये गये ओ०एम०आर० उत्तर पत्र पर, तथा अन्यत्र कहीं नहीं लिखेंगे।
2. प्रश्न पुस्तिका मिलते ही अभ्यर्थी को जाँच करके सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि इस पुस्तिका में पूरे पृष्ठ हैं और कोई प्रश्न छूटा तो नहीं है। यदि कोई विसंगति है तो प्रश्न पुस्तिका मिलने के 10 मिनट के भीतर ही कक्ष परिप्रेक्षक को सूचित करना चाहिए और बिना त्रुटि की दूसरी प्रश्न पुस्तिका प्राप्त कर लेना चाहिए।

1. The negative feeling that arises after a purchase that causes inner tension is known as _____.
 - (A) Cognitive dissonance
 - (B) Post purchase dissonance
 - (C) Buyer's remorse
 - (D) All of the above
2. Identifying and providing different marketing mix for each of the segments is known as _____.
 - (A) Undifferentiated Marketing
 - (B) Differentiated Marketing
 - (C) Concentrated Marketing
 - (D) Personalized Marketing
3. Sub-dividing of market into homogeneous sub-sections of customers is known as :
 - (A) Target marketing
 - (B) Market segmentation
 - (C) Product differentiation
 - (D) None of the above
4. Market aggregation is also known as _____.
 - (A) Meta marketing
 - (B) Exceptional marketing
 - (C) Differentiated marketing
 - (D) Mass marketing
1. खरीदारी के बाद जो नकारात्मक भावना उत्पन्न होती है और आंतरिक तनाव का कारण बनती है, उसे _____ के रूप में जाना जाता है।
 - (A) संज्ञानात्मक असंगति
 - (B) खरीद के बाद असंगति
 - (C) खरीदार का पछतावा
 - (D) उपर्युक्त सभी
2. प्रत्येक खंड के लिए अलग-अलग मार्केटिंग मिश्रण की पहचान करना और प्रदान करना _____ के रूप में जाना जाता है।
 - (A) अविभेदित विपणन
 - (B) विभेदित विपणन
 - (C) केंद्रित विपणन
 - (D) व्यक्तिगत विपणन
3. बाजार को ग्राहकों के समरूप उप-वर्गों में विभाजित करने को कहा जाता है :
 - (A) लक्ष्य विपणन
 - (B) बाजार विभाजन
 - (C) उत्पाद विभेदीकरण
 - (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
4. बाजार एकत्रीकरण को _____ के नाम से भी जाना जाता है।
 - (A) मेटा विपणन
 - (B) असाधारण विपणन
 - (C) विभेदित विपणन
 - (D) बड़े पैमाने पर विपणन

5. Which of the following is not a characteristic of service marketing?
- (A) Intangibility
(B) Separability
(C) Heterogeneity
(D) Perishability
6. Introducing at low price and increasing the price once the brand succeeds is called _____ pricing.
- (A) Penetration
(B) Skimming
(C) Going rate
(D) Bundle
7. "We guarantee every product we sell", is a statement to refer _____.
- (A) Courtesy
(B) Quality
(C) Variety
(D) Comfort
8. Branding is a function of _____.
- (A) Research
(B) Exchange
(C) Physical supply
(D) Facilitating
5. निम्नलिखित में से कौन सी सेवा विपणन की विशेषता नहीं है ?
- (A) अमूर्तता
(B) पृथक्करण
(C) विविधता
(D) नाशवान
6. कम कीमत पर पेश करना और ब्रांड के सफल होने पर कीमत बढ़ाना _____ मूल्य निर्धारण कहलाता है।
- (A) प्रवेश
(B) सत पृथक्करण (स्किमिंग)
(C) चलती दर
(D) बंडल
7. "हम अपने द्वारा बेचे जाने वाले प्रत्येक उत्पाद की गारंटी देते हैं", यह कथन संदर्भित करता है _____।
- (A) सौजन्य
(B) गुणवत्ता
(C) विविधता
(D) आराम
8. ब्रांडिंग _____ का कार्य है।
- (A) अनुसंधान
(B) विनिमय
(C) भौतिक आपूर्ति
(D) सुविधा प्रदान करना

9. _____ is the element of product positioning.

- (A) Product features
- (B) Competition & alternatives
- (C) Target audience
- (D) All of the above

10. Flow of goods from production to consumption is known as _____ logistics.

- (A) Process
- (B) Inbound
- (C) Outbound
- (D) Chain

11. _____ is the pioneer company in direct marketing.

- (A) Johnson & Johnson
- (B) Eureka Forbes
- (C) Avon Cosmetics
- (D) Nike

12. _____ is not a non-store retailing.

- (A) Retail chains
- (B) Telemarketing
- (C) Direct marketing
- (D) Kiosk marketing

9. उत्पाद स्थिति का तत्व है _____ ।

- (A) उत्पाद विशेषताएँ
- (B) प्रतियोगिता और विकल्प
- (C) लक्षित दर्शक
- (D) उपर्युक्त सभी

10. उत्पादन से उपभोग तक माल के प्रवाह को _____ लॉजिस्टिक्स के रूप में जाना जाता है।

- (A) प्रक्रिया
- (B) इनबाउंड
- (C) आउटबाउंड
- (D) चेन

11. _____ प्रत्यक्ष विपणन में अग्रणी कंपनी है।

- (A) जॉनसन एंड जॉनसन
- (B) यूरेका फोर्ब्स
- (C) एवन कॉस्मेटिक्स
- (D) नाइक

12. _____ एक गैर-स्टोर फुटकर बिक्री नहीं है।

- (A) खुदरा शृंखलाएँ
- (B) टेलीमार्केटिंग
- (C) प्रत्यक्ष विपणन
- (D) कियोस्क विपणन

13. Buying process starts when the consumer recognizes _____.
- (A) A product
(B) An advertisement
(C) A salesperson
(D) A problem or need
14. The most basic level of a product is called _____.
- (A) Core product
(B) Central product
(C) Fundamental product
(D) Augmented product
15. What does SEO stand for in digital marketing ?
- (A) Secure Email Operation
(B) Sales Engagement Online
(C) Search Engine Optimization
(D) Social Engagement Operation
16. The main goal of email marketing is to :
- (A) Print advertisements
(B) Ignoring personalization
(C) Restrain incompatibility with customers
(D) Neutralizing brand loyalty and leads
13. खरीदारी प्रक्रिया तब शुरू होती है जब उपभोक्ता किसी _____ की पहचान कर लेता है।
- (A) उत्पाद
(B) विज्ञापन
(C) विक्रेता
(D) समस्या या जरूरत
14. किसी उत्पाद के सबसे बुनियादी स्तर को _____ कहा जाता है।
- (A) मुख्य उत्पाद
(B) केंद्रीय उत्पाद
(C) मौलिक उत्पाद
(D) संवर्धित उत्पाद
15. डिजिटल मार्केटिंग में SEO का क्या मतलब है ?
- (A) सेक्योर ईमेल ऑपरेशन
(B) सेल्स एंगेजमेंट ऑनलाइन
(C) सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन
(D) सोशल एंगेजमेंट ऑपरेशन
16. ईमेल मार्केटिंग का मुख्य लक्ष्य है :
- (A) विज्ञापन छापना
(B) वैयक्तिकरण को नजरअंदाज करना
(C) ग्राहकों के साथ असंगति को रोकना
(D) ब्रांड निष्ठा और लीड को संतुलित करना

17. _____ is process of the growth, maturity, and decline over time.
- (A) Person's life cycle
(B) People life cycle
(C) Product life cycle
(D) Production life cycle
18. A customer is _____ when the performance of the product matches his expectations.
- (A) Happy
(B) Delighted
(C) Dissatisfied
(D) Satisfied
19. Transportation belongs to _____ function of marketing.
- (A) Channel
(B) Exchange
(C) Facilitating
(D) Physical supply
20. Logistics means _____.
- (A) Production
(B) Flow of goods
(C) Consumption
(D) Marketing channel
17. _____ समय के साथ वृद्धि परिपक्वता और गिरावट की प्रक्रिया है।
- (A) व्यक्ति का जीवन चक्र
(B) लोगों का जीवन चक्र
(C) उत्पाद का जीवन चक्र
(D) उत्पादन का जीवन चक्र
18. ग्राहक तब _____ होता है जब उत्पाद का प्रदर्शन उसकी अपेक्षाओं से मेल खाता है।
- (A) खुश
(B) प्रसन्न
(C) असंतुष्ट
(D) संतुष्ट
19. परिवहन विपणन के _____ कार्य से संबंधित है।
- (A) चैनल
(B) विनिमय
(C) सुविधा प्रदान करना
(D) भौतिक आपूर्ति
20. संभार तंत्र का तात्पर्य है _____।
- (A) उत्पादन
(B) माल का प्रवाह
(C) उपभोग
(D) विपणन वाहिका

21. _____ is one of the most basic influences on an individual's needs, wants, and behaviour.
- (A) Brand
(B) Culture
(C) Product
(D) Price
22. _____ is the final stage to assess consumer purchasing behaviour.
- (A) Purchase
(B) Post-purchase
(C) Evaluation of alternatives
(D) Information search
23. _____ is not a characteristic of 'Introduction Stage' in PLC.
- (A) Low expenditure
(B) Slow sales
(C) Minimal profit
(D) Facing competition
24. Color and size of a product and packaging are considered _____ of a brand's identity.
- (A) Informal feature
(B) Product class
(C) Visual elements
(D) Business strategy
25. _____ is the single factor that best indicates social class.
- (A) Time
(B) Money
(C) Occupation
(D) Fashion
21. _____ किसी व्यक्ति की जरूरतों, इच्छाओं और व्यवहार पर सबसे बुनियादी प्रभावों में से एक है।
- (A) ब्रांड
(B) संस्कृति
(C) उत्पाद
(D) कीमत
22. _____ उपभोक्ता क्रय व्यवहार का आकलन करने का अंतिम चरण है।
- (A) खरीद
(B) खरीद के बाद
(C) विकल्पों का मूल्यांकन
(D) सूचना खोज
23. _____ पीएलसी में 'परिचय चरण' की विशेषता नहीं है।
- (A) कम व्यय
(B) धीमी बिक्री
(C) न्यूनतम लाभ
(D) प्रतिस्पर्धा का सामना करना
24. किसी उत्पाद और पैकेजिंग का रंग और आकार किसी ब्रांड की पहचान का _____ माना जाता है।
- (A) अनौपचारिक विशेषता
(B) उत्पाद वर्ग
(C) दृश्य तत्व
(D) व्यावसायिक रणनीति
25. _____ एकमात्र कारक है जो सामाजिक वर्ग को सबसे अच्छी तरह से इंगित करता है।
- (A) समय
(B) पैसा
(C) व्यवसाय
(D) फैशन

26. Marketing is a _____ process.
- (A) Social
(B) Exchange
(C) Goal oriented
(D) All of the above
27. _____ is known as the "father of modern marketing"
- (A) Philip Kotler
(B) Peter F Drucker
(C) Abraham Maslow
(D) Adam Smith
28. "Get out production, cut the price", Philosophy by Henry Ford is an example of _____.
- (A) Selling Concept
(B) Product Concept
(C) Production Concept
(D) Marketing Concept
29. The key term in the American Marketing Association's definition of marketing is :
- (A) Value
(B) Sales
(C) Profit
(D) Promotion
30. Which of the following is not included in the function of physical supply ?
- (A) Standardization
(B) Storage
(C) Transport
(D) Packaging
26. विपणन एक _____ प्रक्रिया है।
- (A) सामाजिक
(B) विनिमय
(C) लक्ष्योन्मुख
(D) उपर्युक्त सभी
27. _____ को "आधुनिक विपणन का जनक" कहा जाता है।
- (A) फिलिप कोटलर
(B) पीटर एफ ड्रकर
(C) अब्राहम मास्लो
(D) एडम स्मिथ
28. "उत्पादन बढ़ाओ, कीमत घटाओ", हेनरी फोर्ड के दर्शन _____ का एक उदाहरण है।
- (A) विक्रय अवधारणा
(B) उत्पाद अवधारणा
(C) उत्पादन अवधारणा
(D) विपणन अवधारणा
29. अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन की मार्केटिंग की परिभाषा में मुख्य शब्द है :
- (A) मूल्य/अहमियत
(B) विक्रय
(C) लाभ
(D) संवर्धन
30. निम्नलिखित में से कौन सा भौतिक आपूर्ति के कार्य में शामिल नहीं है ?
- (A) मानकीकरण
(B) भंडारण
(C) परिवहन
(D) संवेष्टन

31. Harvard professor _____ formalized the term "marketing mix" in 1964.
- (A) Neil Borden
(B) Philip Kotler
(C) Stanton
(D) E. Jerome McCarthy
32. _____ Triad refers to combination of quality, service & price.
- (A) Marketing
(B) Customer value
(C) Customer satisfaction
(D) Service quality
33. _____ is not considered part of the traditional '4Ps' of marketing.
- (A) Product
(B) People
(C) Price
(D) Place
34. _____ are the form of human needs shaped by culture & individual personality.
- (A) Wants
(B) Demands
(C) Needs
(D) Social Needs
31. हार्वर्ड के प्रोफेसर _____ ने 1964 में "मार्केटिंग मिक्स" शब्द को औपचारिक रूप दिया।
- (A) नील बोर्डेन
(B) फिलिप कोटलर
(C) स्टैंटन
(D) ई० जेरोम मैकार्थी
32. _____ त्रय गुणवत्ता, सेवा और मूल्य के संयोजन को संदर्भित करता है।
- (A) विपणन
(B) ग्राहक मूल्य
(C) ग्राहक संतुष्टि
(D) सेवा गुणवत्ता
33. _____ को मार्केटिंग के पारंपरिक '4P' का हिस्सा नहीं माना जाता है।
- (A) उत्पाद
(B) लोग
(C) कीमत
(D) स्थान
34. _____ संस्कृति और व्यक्तिगत व्यक्तित्व द्वारा आकारित मानवीय आवश्यकताओं का रूप है।
- (A) इच्छाएँ
(B) मांगे
(C) आवश्यकताएँ
(D) सामाजिक आवश्यकताएँ

35. All factors that affect marketing policies, decisions and operations of a business constitute :
- (A) Marketing mix
 (B) Marketing environment
 (C) Marketing control
 (D) None of the above
36. _____ concept is based on the principle that marketing is not a department but it is pervasive throughout the company.
- (A) Production
 (B) Holistic
 (C) Modern
 (D) Selling
37. _____ are goods with high volume, low unit value and fast purchase.
- (A) Soft goods
 (B) FMCG
 (C) Consumer durables
 (D) Services
38. _____ marketing focuses on targeting a specific, well-defined segment of market :
- (A) Direct
 (B) Niche
 (C) Traditional
 (D) Outbound
35. किसी व्यवसाय की विपणन नीतियों, निर्णयों और संचालन को प्रभावित करने वाले सभी कारक निम्नलिखित हैं :
- (A) विपणन मिश्रण
 (B) विपणन वातावरण
 (C) विपणन नियंत्रण
 (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
36. _____ अवधारणा इस सिद्धान्त पर आधारित है कि विपणन एक विभाग नहीं है, बल्कि यह पूरी कंपनी में व्याप्त है।
- (A) उत्पादन
 (B) समग्र
 (C) आधुनिक
 (D) विक्रय
37. _____ उच्च मात्रा, कम इकाई मूल्य और तेजी से खरीद वाले सामान हैं।
- (A) कोमल वस्तु (सॉफ्ट गुड्स)
 (B) एफएमसीजी
 (C) उपभोक्ता टिकाऊ सामग्री
 (D) सेवाएँ
38. _____ विपणन बाजार के एक विशिष्ट, अच्छी तरह से परिभाषित खंड को लक्षित करने पर केंद्रित है।
- (A) प्रत्यक्ष
 (B) विशिष्ट
 (C) पारंपरिक
 (D) बाह्यगामी

39. Which is an indicator for a marketing plan ?
- (A) Competitor reaction
(B) Contribution to business performance
(C) Marketing effectiveness
(D) Consumer reaction
40. Which is not part of a marketing plan ?
- (A) Marketing mix
(B) Demand analysis
(C) Government support
(D) Competitor analysis
41. British Petroleum brand is an example of _____ type of brand name.
- (A) Expressive
(B) Free-standing
(C) Abbreviated
(D) Descriptive
42. Consumer values based on personality types are a form of what type of brand value ?
- (A) Core
(B) Functional
(C) Expressive
(D) Individual
39. विपणन योजना के लिए कौन सा संकेतक है?
- (A) प्रतियोगी प्रतिक्रिया
(B) व्यावसायिक प्रदर्शन में योगदान
(C) विपणन प्रभावशीलता
(D) उपभोक्ता प्रतिक्रिया
40. कौन सा विपणन योजना का हिस्सा नहीं है?
- (A) विपणन मिश्रण
(B) मांग विश्लेषण
(C) सरकारी सहायता
(D) प्रतियोगी विश्लेषण
41. ब्रिटिश पेट्रोलियम ब्रांड _____ प्रकार के ब्रांड नाम का एक उदाहरण है।
- (A) अभिव्यंजक
(B) स्वतंत्र
(C) संक्षिप्त
(D) वर्णनात्मक
42. व्यक्तित्व प्रकारों पर आधारित उपभोक्ता मूल्य किस प्रकार के ब्रांड मूल्य का एक रूप है ?
- (A) मूल
(B) कार्यात्मक
(C) अभिव्यंजक
(D) व्यक्तिगत

43. What is the term for a market that is defined by specific characteristics ?
- (A) Market niche
(B) Market division
(C) Market characteristic
(D) Market segment
44. What is the term used to meet the demand characteristics of individual customers ?
- (A) Customization
(B) Personalization
(C) Individualism
(D) Conditional
45. What do the 4 'Ps' of marketing relate to ?
- (A) Product, price, place and promotion
(B) Product, price press and promotion
(C) Product, price, publicity and promotion
(D) Product, price, post and promotion
46. What is the term for gaining consumers' express agreement to receive marketing material ?
- (A) Internal marketing
(B) Permission marketing
(C) Targeted marketing
(D) Focused marketing
43. विशिष्ट विशेषताओं द्वारा परिभाषित बाजार के लिए क्या शब्द है ?
- (A) बाजार का स्थान
(B) बाजार विभाजन
(C) बाजार की विशेषता
(D) बाजार खंड
44. व्यक्तिगत ग्राहकों की मांग विशेषताओं को पूरा करने के लिए किस शब्द का उपयोग किया जाता है ?
- (A) अनुकूलन
(B) वैयक्तिकरण
(C) व्यक्तिवाद
(D) सशर्त
45. विपणन के चार 'पी' किससे संबंधित हैं ?
- (A) उत्पाद, मूल्य, स्थान और संवर्धन
(B) उत्पाद, मूल्य, प्रेस और संवर्धन
(C) उत्पाद, मूल्य, प्रचार और संवर्धन
(D) उत्पाद, मूल्य, पद और संवर्धन
46. विपणन सामग्री प्राप्त करने के लिए उपभोक्ताओं की स्पष्ट सहमति प्राप्त करने के लिए क्या शब्द है ?
- (A) आंतरिक विपणन
(B) अनुमति विपणन
(C) लक्षित विपणन
(D) केंद्रित विपणन

47. What does CRM stand for ?
- (A) Consumer Relations Management
(B) Customer Relationship Marketing
(C) Customer Relationship Management
(D) Consumer Relations Marketing
48. Marketing Environment is _____.
- (A) Largely uncontrollable
(B) Changing fast
(C) Influencing marketing decisions
(D) All of the above
49. A person who purchases a product for his own or for others consumption is called _____.
- (A) Mediator
(B) Customer
(C) Consumer
(D) None of the above
50. Which of the following is not an emotional motive ?
- (A) Vanity
(B) Social acceptance
(C) Curiosity
(D) Variety
47. सीआरएम (CRM) का क्या अर्थ है ?
- (A) उपभोक्ता संबंध प्रबंधन
(B) ग्राहक संबंध विपणन
(C) ग्राहक संबंध प्रबंधन
(D) उपभोक्ता संबंध विपणन
48. विपणन वातावरण _____ होता है।
- (A) काफी हद तक अनियंत्रित
(B) तेजी से बदल रहा
(C) विपणन निर्णयों को प्रभावित कर रहा
(D) उपर्युक्त सभी
49. वह व्यक्ति जो अपने या दूसरों के उपभोग के लिए कोई उत्पाद खरीदता है, उसे _____ कहा जाता है।
- (A) मध्यस्थ
(B) ग्राहक
(C) उपभोक्ता
(D) इनमें से कोई नहीं
50. इनमें से कौन सा भावनात्मक मकसद नहीं है ?
- (A) घमंड
(B) सामाजिक स्वीकृति
(C) जिज्ञासा
(D) विविधता
