



COM 211

B.Com. IV<sup>th</sup> SEMESTER EXAMINATION, 2023-24

COMMERCE

(Fundamentals of Marketing)

(CBCS Mode)

AFFIX PRESCRIBED  
RUBBER STAMP

Date (तिथि) : \_\_\_\_\_

**Paper ID**

(To be filled in the  
OMR Sheet)

**5463**

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. Money spent on Marketing is -             | 1. विपणन पर व्यय किया गया धन है - |
| (A) Wastage                                  | (A) बर्बादी                       |
| (B) Unnecessary Expenditure                  | (B) अनावश्यक व्यय                 |
| (C) Burden on the consumers                  | (C) ग्राहकों पर भार               |
| (D) Investment                               | (D) विनियोजन                      |
| 2. For business, marketing is:               | 2. व्यवसाय के लिए विपणन है -      |
| (A) Compulsory                               | (A) अनिवार्य                      |
| (B) Necessary                                | (B) आवश्यक                        |
| (C) Unnecessary                              | (C) अनावश्यक                      |
| (D) Luxury                                   | (D) विलासिता                      |
| 3. The advantages of Marketing is to:        | 3. विपणन का लाभ है -              |
| (A) Consumers                                | (A) उपभोक्ताओं को                 |
| (B) Businessmen                              | (B) व्यवसायियों को                |
| (C) Manufacturer                             | (C) निर्माताओं को                 |
| (D) To all                                   | (D) सभी को                        |
| 4. Marketing concept is:                     | 4. विपणन अवधारणा है -             |
| (A) Production oriented                      | (A) उत्पादोन्मुखी                 |
| (B) Sales oriented                           | (B) विक्रयोन्मुखी                 |
| (C) Customer oriented                        | (C) ग्राहकोन्मुखी                 |
| (D) All of these                             | (D) ये सभी                        |
| 5. Importance of Marketing concept is for :- | 5. विपणन अवधारणा का महत्व है -    |
| (A) Society                                  | (A) समाज के लिए                   |
| (B) Consumers                                | (B) उपभोक्ताओं के लिए             |
| (C) Producers                                | (C) उत्पादकों के लिए              |
| (D) All of these                             | (D) इन सभी के लिए                 |

6. According to McCarthy P's of marketing mix are:-
- (A) 4  
(B) 6  
(C) 2  
(D) 3
7. Marketing Mix is determined:
- (A) For the satisfaction of consumers  
(B) For the satisfaction of Producers  
(C) For the satisfaction of Manufacturer  
(D) For the satisfaction of Government
8. Marketing mix remain:
- (A) Static  
(B) Uncertain  
(C) Certain  
(D) Changing
9. The primary components of marketing environment:
- (A) 2  
(B) 3  
(C) 4  
(D) 6
6. मैक्कार्थी के अनुसार विपणन मिश्रण के पी है -
- (A) 4  
(B) 6  
(C) 2  
(D) 3
7. विपणन मिश्रण निर्धारित किया जाता है -
- (A) उपभोक्ताओं की संतुष्टि के लिए  
(B) निर्माताओं की संतुष्टि के लिए  
(C) उत्पादकों की संतुष्टि के लिए  
(D) सरकार की संतुष्टि के लिए
8. विपणन मिश्रण रहता है :-
- (A) स्थायी  
(B) अनिश्चित  
(C) निश्चित  
(D) बदलता
9. विपणन पर्यावरण के मूलभूत अंग हैं -
- (A) 2  
(B) 3  
(C) 4  
(D) 6

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| 10. The tendency of Indian Buyer is-            | 10. भारतीय क्रेता की प्रवृत्ति है :-  |
| (A) To Bargain                                  | (A) सौदेबाजी करना                     |
| (B) To File complaint                           | (B) शिकायत करना                       |
| (C) To Purchase cheap                           | (C) सस्ता खरीदना                      |
| (D) All of these                                | (D) ये सभी                            |
| 11. Consumer Behavior is -                      | 11. उपभोक्ता व्यवहार है -             |
| (A) Uncertain                                   | (A) अनिश्चित                          |
| (B) Dynamic                                     | (B) गत्यात्मक                         |
| (C) Wide  | (C) व्यापक                            |
| (D) All of these                                | (D) ये सभी                            |
| 12. Maslow hierarchy of needs are :-            | 12. मैस्लो की आधारभूत क्रमबद्धता है - |
| (A) 4   | (A) 4                                 |
| (B) 5   | (B) 5                                 |
| (C) 3   | (C) 3                                 |
| (D) 2   | (D) 2                                 |
| 13. Market Segmentation is in the interest of:- | 13. बाजार विभक्तिकरण हित में है :-    |
| (A) Consumers                                   | (A) उपभोक्ताओं के                     |
| (B) Traders                                     | (B) व्यापारियों के                    |
| (C) Manufacturers                               | (C) निर्माताओं के                     |
| (D) All of these                                | (D) ये सभी                            |
| 14. Market Segmentation is -                    | 14. बजार विभक्तिकरण है :-             |
| (A) Necessary                                   | (A) आवश्यक                            |
| (B) Unnecessary                                 | (B) अनावश्यक                          |
| (C) Wastage of money.                           | (C) धन की बर्बादी                     |
| (D) Wastage of time                             | (D) समय की बर्बादी                    |

15. The factors affecting product mix are :-
- (A) Marketing  
(B) Production  
(C) Financial  
(D) All of these
16. The characteristics of a good brand are-
- (A) Short name  
(B) Memorable  
(C) Attractive  
(D) All of these
17. Labelling is -
- (A) Compulsory  
(B) Necessary  
(C) Voluntary  
(D) Wastage of money
18. Maximum wide scope is of -
- (A) Brand  
(B) Labelling  
(C) Packaging  
(D) Trademark
19. The stages of product life cycles are:
- (A) 2  
(B) 4  
(C) 6  
(D) 8
15. उत्पाद मिश्र को प्रभावित करने वाले घटक है :-
- (A) विपणन  
(B) उत्पाद  
(C) वित्तीय  
(D) ये सभी
16. एक अच्छे ब्राण्ड की विशेषताएँ हैं :-
- (A) सूक्ष्म नाम  
(B) स्मरणीय  
(C) आकर्षक  
(D) ये सभी
17. लेबलिंग है -
- (A) अनिवार्य  
(B) आवश्यक  
(C) एच्छिक  
(D) धन की बर्बादी
18. सबसे अधिक व्यापक क्षेत्र है -
- (A) ब्राण्ड  
(B) लेबलिंग  
(C) पैकेजिंग  
(D) ट्रेडमार्क
19. उत्पादन जीवन चक्र की अवस्थाएँ होती हैं :
- (A) 2  
(B) 4  
(C) 6  
(D) 8

20. Death of a product take place

- (A) In maturity stage
- (B) In decline stage
- (C) In saturation stage
- (D) In obsolescence stage

21. New Product Development means

- (A) Addition of a new product in a product line
- (B) Improvement in the old product
- (C) Emphasis on consumer satisfaction
- (D) All of these

22. Price Policy is determined by:

- (A) Lower Management
- (B) Middle Management
- (C) Top Management
- (D) Salesman

23. Price Policy is:

- (A) In favours of the customer
- (B) In favours of the Government
- (C) In favours of Producer and Manufacturer
- (D) In favours of All

20. किसी उत्पाद की मृत्यु होती है -

- (A) परिपक्वता अवस्था में
- (B) पतन की अवस्था में
- (C) संतृप्ति अवस्था में
- (D) अप्रचलन की अवस्था में

21. नवीन उत्पाद विकास से आशय है -

- (A) उत्पाद पंक्ति में नवीन उत्पाद जोड़ना
- (B) पुराने उत्पाद में सुधार
- (C) उपभोक्ता संतुष्टि पर बल
- (D) ये सभी

22. मूल्य नीति निर्धारित होती है :

- (A) निम्न प्रबंध द्वारा
- (B) मध्यम प्रबंध द्वारा
- (C) उच्च प्रबंध द्वारा
- (D) विक्रेताओं द्वारा

23. मूल्य नीति होती है :

- (A) उपभोक्ता के पक्ष में
- (B) सरकार के पक्ष में
- (C) उत्पादक और निर्माता के पक्ष में
- (D) सभी के पक्ष में

24. "price is a monetary summary of all the conditions which give value to a product" This statement is of:
- (A) Walton Hamilton  
(B) Philip kotler  
(C) R.S. Davar  
(D) William J. Stanton
25. Which of the following is related to selection of channel of distribution of 4p model?
- (A) Product  
(B) Price  
(C) Promotion  
(D) Place
26. Promotion mix includes:
- (A) Personal selling  
(B) Personal selling and advertising  
(C) Personal selling, advertising and sales promotion  
(D) Personal selling, advertising, sales promotion and publicity
24. "कीमत उन सभी दशाओं का मौद्रिक सार है जो एक उत्पाद को मूल्य प्रदान करता है।" यह कथन है :
- (A) वाल्टन हेमिल्टन का  
(B) फिलिप कोटलर का  
(C) आर० एस० डार का  
(D) विलियम जे० स्टेण्टन का
25. निम्नलिखित में कौन सी विपणन मिश्रण की 4p वितरण मार्ग के चयन से संबंधित है
- (A) उत्पाद  
(B) कीमत  
(C) प्रोत्साहन  
(D) स्थान
26. प्रवर्तन मिश्रण में सम्मिलित है :
- (A) वैयक्तिक विक्रय  
(B) वैयक्तिक विक्रय और विज्ञापन  
(C) वैयक्तिक विक्रय, विज्ञापन और विक्रय प्रवर्तन  
(D) वैयक्तिक विक्रय, विज्ञापन, विक्रय प्रवर्तन एवं प्रचार

27. Personal selling includes:
- (A) Selling  
(B) Services to customers  
(C) Developing goodwill of the firm  
(D) Above mentioned all the functions
28. Which statement is true:
- (A) Personal selling and salesmanship is synonym  
(B) There is no relationship between personal selling and salesmanship  
(C) Salesmanship is included in personal selling  
(D) Personal selling is included in salesmanship
29. Outdoor advertising includes:
- (A) Newspaper Advertisement  
(B) Magazine Advertisement  
(C) Folders  
(D) Posters
30. Distribution of free samples includes in:
- (A) Consumer Promotion  
(B) Dealers Promotion  
(C) Consumer and Dealers Promotion  
(D) None of the above
27. वैयक्तिक विक्रय में सम्मिलित है :
- (A) विक्रय करना  
(B) ग्राहकों की सेवा करना  
(C) फर्म की ख्याति बढ़ाना  
(D) उपर्युक्त वर्णित सभी कार्य करना
28. कौन - सा कथन सत्य है ?
- (A) वैयक्तिक विक्रय और विक्रयकला समानार्थी है।  
(B) वैयक्तिक विक्रय एवं विक्रयकला में कोई संबंध नहीं है।  
(C) वैयक्तिक विक्रय में विक्रयकला सम्मिलित है।  
(D) विक्रयकला में वैयक्तिक विक्रय सम्मिलित है।
29. बाह्य विज्ञापन में सम्मिलित है :
- (A) समाचार पत्रीय विज्ञापन  
(B) पत्रिका विज्ञापन  
(C) फोल्डर्स  
(D) पोस्टर
30. नमूनों का मुफ्त वितरण सम्मिलित है -
- (A) उपभोक्ता संवर्धन में  
(B) व्यापारी संवर्धन में  
(C) उपभोक्ता एवं व्यापारी संवर्धन में  
(D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

31. Which of the following is not the function of channel of distribution?
- (A) Managing finances  
(B) Managing production  
(C) Promotional activities  
(D) Pricing
32. Main Disadvantages of direct distribution is:-
- (A) Non-timely availability of goods to customers  
(B) Higher Distribution cost  
(C) Customers Problems not solved  
(D) No direct control of manufacturer on distribution function
33. Whole seller renders services towards:
- (A) Whole seller  
(B) Retailers  
(C) Society  
(D) Retailers and society
31. निम्नलिखित में से कौन सा वितरण वाहिका का कार्य नहीं है -
- (A) वित्त का प्रबंध करना  
(B) उत्पादन का प्रबंध करना  
(C) सम्बर्धन क्रियाएँ करना  
(D) मूल्य निर्धारित करना
32. प्रत्यक्ष वितरण का मुख्य दोष है :
- (A) ग्राहकों को समय पर वस्तुएँ उपलब्ध न करा पाना  
(B) वितरण लागत का अधिक होना  
(C) ग्राहकों की समस्याओं का समाधान न हो पाना  
(D) वितरण कार्य पर निर्माता का प्रत्यक्ष नियंत्रण न रहना
33. 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

34. Which of the following is not characteristic of retailer :

- (A) Deals in small quantity
- (B) Sell goods directly to customers
- (C) Maintains personal contacts with customers
- (D) Generally sells goods on credit

35. Which statement is not correct ?

- (A) Retailer renders services to manufacturer
- (B) Retailer renders services to whole seller
- (C) Retailer renders services to consumers
- (D) Retailer renders services to whole seller and consumers

36. Functions of Physical Distribution system include:

- (A) Warehousing Decision
- (B) Transport Decision
- (C) Inventory Decision
- (D) Warehousing , Transport and Inventory Decision

34. निम्नलिखित में से कौन-सा फुटकर व्यापारी की विशेषता नहीं है :

- (A) छोटी मात्रा में व्यापार करता है।
- (B) उपभोक्ताओं को सीधे माल बेचता है
- (C) ग्राहकों से व्यक्तिगत सम्पर्क बनाये रखता है।
- (D) प्रायः उधार पर माल बेचता है।

35. कौन - सा कथन सत्य नहीं है ?

- (A) फुटकर व्यापारी निर्माता को सेवाएँ प्रदान करता है।
- (B) फुटकर व्यापारी थोक व्यापारी को सेवाएँ प्रदान करता है।
- (C) फुटकर व्यापारी उपभोक्ताओं को सेवाएँ प्रदान करता है।
- (D) फुटकर व्यापारी थोक व्यापारी और उपभोक्ताओं को सेवाएँ प्रदान करता है।

36. भौतिक वितरण प्रणाली के कार्यों में सम्मिलित है :

- (A) भण्डारण निर्णय
- (B) परिवहन निर्णय
- (C) स्टॉक निर्णय
- (D) भण्डारण, परिवहन एवं स्टॉक निर्णय

37. Direct Marketing channels:
- (A) Mobile  
(B) Online tools  
(C) Tele-marketing  
(D) All of these
38. Online Marketing tools:
- (A) E-mail Marketing  
(B) Content Marketing  
(C) Social Media  
(D) All of these
39. Who contributed 4P model of marketing mix?
- (A) N.H. Borden  
(B) E. Jerome McCarthy  
(C) Phillip Kotler  
(D) Peter F. Drucker
40. Personal selling includes:
- (A) Oral communication  
(B) Face to face interaction  
(C) Conversation with customers  
(D) All of the above
37. प्रत्यक्ष विपणन के चैनल हैं :
- (A) मोबाइल  
(B) ऑनलाइन उपकरण  
(C) टेली-मार्केटिंग  
(D) ये सभी
38. ऑनलाइन विपणन के उपकरण है :
- (A) ई - मेल विपणन  
(B) कन्टेंट विपणन  
(C) सामाजिक मीडिया  
(D) ये सभी
39. विपणन मिश्रण के 4P मॉडल किसकी देन है -
- (A) एन० एच० बोर्डन  
(B) ई० जेरोम मैक्कार्थी  
(C) फिलिप कोटलर  
(D) पीटर एफ० ड्रुकर
40. व्यक्तिगत बिक्री में शामिल हैं :
- (A) मौखिक संचार  
(B) आमने सामने बातचीत  
(C) ग्राहकों से बातचीत  
(D) उपर्युक्त सभी

41. Which of the following is not included in the micro environment?

- (A) Suppliers
- (B) Publics
- (C) Economic
- (D) Customers

42. Branding is a function of \_\_\_\_\_

- (A) Research
- (B) Exchange
- (C) Physical supply
- (D) Facilitating

43. The marketing side of E-commerce is known as \_\_\_\_\_

- (A) E-marketing
- (B) E-business
- (C) Interactive marketing
- (D) None of the above

44. Services are \_\_\_\_\_

- (A) Intangible
- (B) Perishable
- (C) Both (A) and (B)
- (D) None of the above

41. निम्नलिखित में से कौन सा सूक्ष्म पर्यावरण में शामिल नहीं है ?

- (A) आपूर्तिकर्ता
- (B) जनता
- (C) आर्थिक
- (D) ग्राहक

42. ब्रांडिंग \_\_\_\_\_ का एक कार्य है

- (A) अनुसंधान
- (B) अदला-बदला
- (C) भौतिक आपूर्ति
- (D) सुविधा प्रदान करने

43. ई-कॉमर्स के विपणन पक्ष को \_\_\_\_\_ के रूप में जाना जाता है।

- (A) ई-विपणन
- (B) ई-बिजनेस
- (C) संवादमूलक व्यापार
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

44. सेवाएँ \_\_\_\_\_ होती हैं

- (A) अमूर्त
- (B) नष्ट होने वाली
- (C) (A) और (B) दोनों
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

45. Which of the following is the goal of pricing?
- (A) Maximum profit  
(B) Face competition  
(C) Maximize and stabilize market share  
(D) All of the above
46. Which of the following does not include the 4P's of marketing mix?
- (A) Process  
(B) Price  
(C) Place  
(D) Product
47. Consumer Behavior is :-
- (A) of personal nature  
(B) of holistic nature  
(C) Both (A) and (B)  
(D) None of these
48. Which of the following is not a user?
- (A) Regular user  
(B) First time user  
(C) Ex-user  
(D) Potential user
45. निम्नलिखित में कौन-सा मूल्य -निर्धारण का लक्ष्य है -
- (A) अधिकतम लाभ  
(B) प्रतियोगिता का सामना  
(C) बाजार भागों को अधिकतम तथा स्थायी करना  
(D) उपर्युक्त सभी
46. निम्नलिखित में कौन विपणन मिश्रण की 4P's में शामिल नहीं है :
- (A) प्रक्रिया  
(B) कीमत  
(C) स्थान  
(D) उत्पाद
47. उपभोक्ता व्यवहार है -
- (A) व्यक्तिगत प्रकृति का  
(B) समष्टिगत प्रकृति का  
(C) (A) और (B) दोनों  
(D) उपर्युक्त में कोई नहीं
48. निम्नलिखित में कौन प्रयोगकर्ता नहीं है
- (A) नियमित प्रयोग करने वाला  
(B) प्रथम बार उपयोग करने वाला  
(C) भूतपूर्व प्रयोगकर्ता  
(D) संभावित प्रयोगकर्ता

49. When goods and services are used by their final consumers, they are called:-

- (A) Convenient goods
- (B) Consumer goods
- (C) Industrial goods
- (D) Specific goods

50. A brand used for many products of the same company is called:-

- (A) Trademark
- (B) Collective or Umbrella brand
- (C) Personal brand
- (D) None of these

49. जब वस्तुएँ तथा सेवाएँ उनके अन्तिम उपभोक्ताओं द्वारा प्रयोग होती है तो उन्हें कहते हैं

- (A) सुविधाजनक वस्तुएँ
- (B) उपभोक्ता वस्तुएँ
- (C) औद्योगिक वस्तुएँ
- (D) विशेष वस्तुएँ

50. एक ही कम्पनी के कई उत्पादों के लिए प्रयुक्त होने वाले एक ब्राण्ड नाम को कहते हैं -

- (A) व्यापार चिन्ह
- (B) सामूहिक अथवा छतरी ब्राण्ड
- (C) वैयक्तिक ब्राण्ड
- (D) उपर्युक्त में कोई नहीं

\*\*\*\*\*