

## Certificate Course in Salesmanship and Marketing

Course Title: Marketing for Managers

कोर्स शीर्षक: प्रबंधकों के लिए विपणन

Course Code: C. C. S. M.-02

कोर्स कोड: सी0 सी0 एस0 एम0-02

S.N.	QUESTIONS	UNIT FOR REFERENCE (ANSWERS)	LEVEL
<b>Objective Type Questions</b>			
1.	<p>Which of the following 4 P's of marketing-mix is concerned with selection of distribution channel?</p> <p>(a) Product (b) Price (c) Promotion (d) Place</p> <p>विपणन-मिश्रण के चार 'पी' में निम्नलिखित में कौन सा वितरण माध्यम के चुनाव से संबंधित है?</p> <p>(क) उत्पाद (ख) मूल्य (ग) संवर्द्धन (घ) स्थान</p>	1 Place स्थान	Moderate
2.	<p>A brand name which is used for several products belonging to the same company is called</p> <p>(a) Trade Mark (b) Umbrella brand (c) Individual brand (d) None of the above</p>	9 Umbrella brand अमरेला ब्रांड	Low

	<p>एक ब्रांड नाम जो एक ही कम्पनी के बहुत से उत्पादों के लिए प्रयोग में लाया जाता है, कहलाता है।</p> <p>(क) ट्रेड मार्क (ख) अमरेला ब्रांड (ग) एकल ब्रांड (घ) इनमें से कोई नहीं ।</p>		
3.	<p>Which is not the stage of 'Product Life Cycle'?</p> <p>(a) Growth (b) Sales (c) Saturation (d) Decline</p> <p>'उत्पाद जीवन चक्र' की अवस्था कौन सी नहीं हैं?</p> <p>(क) विकास (ख) विक्रय (ग) संतृप्ति (घ) अवनति</p>	8 Sales विक्रय	High
4.	<p>The life of outdoor media of advertising is</p> <p>(a) Limited (b) Very Limited (c) Long life (d) None of the above</p> <p>विज्ञापन के बाह्य मीडिया की आयु होती है</p>	12 Long life दीर्घकालिक	High

	<p>(क) सीमित</p> <p>(ख) अति सीमित</p> <p>(ग) दीर्घकालिक</p> <p>(घ) इनमें से कोई नहीं</p>		
5	<p>Which of the following is not the objective of physical distribution?</p> <p>(a) Consumer Satisfaction</p> <p>(b) Market Research</p> <p>(c) Profit Maximisation</p> <p>(d) None of these</p> <p>इनमें से कौन सा भौतिक वितरण का उद्देश्य नहीं है?</p> <p>(क) उपभोक्ता संतुष्टि</p> <p>(ख) बाजार अनुसंधान</p> <p>(ग) लाभ अधिकतमीकरण</p> <p>(घ) इनमें से कोई नहीं</p>	<p>14</p> <p>Market Research</p> <p>बाजार अनुसंधान</p>	<p>High</p>
6.	<p>The first object of any advertising is to</p> <p>(a) Increase sales</p> <p>(b) Enhance customer satisfaction</p> <p>(c) Communicate effectively</p> <p>(d) Stimulate exchange</p> <p>किसी भी विज्ञापन का पहला उद्देश्य है</p> <p>(क) विक्रय संवर्द्धन</p> <p>(ख) उपभोक्ता संतुष्टि को बढ़ाना</p>	<p>12</p> <p>Communicate effectively</p> <p>प्रभावशाली संप्रेषण</p>	<p>Low</p>

	(ग) प्रभावशाली संप्रेषण (घ) उत्तेजित विनिमय		
7.	<p>A brand or a part of brand that is given legal protection is known as</p> <p>(a) Brand Mark (b) Trade Mark (c) Both of the above (d) None of the above</p> <p>एक ब्रांड अथवा ब्रांड का हिस्सा जिसे वैधानिक संरक्षण दिया जाता है, कहलाता है</p> <p>(क) ब्रांड मार्क (ख) ट्रेड मार्क (ग) उपयुक्त दोनों (घ) उपयुक्त में से कोई नहीं</p>	<p>9 Trade Mark ट्रेड मार्क</p>	Moderate
8.	<p>Which one of the following is not an element of promotion-mix?</p> <p>(a) Advertising (b) Sales Promotion (c) Personal Selling (d) Distribution</p> <p>निम्नलिखित में कौन सा संवर्द्धन-मिश्रण का भाग नहीं है?</p> <p>(क) विज्ञापन (ख) विक्रय संवर्द्धन (ग) वैयक्तिक विक्रय (घ) वितरण</p>	<p>13 Distribution वितरण</p>	Low

9.	Who has given four basic elements of marketing mix? विपणन मिश्रण के चार आधार किसने दिए?	1 McCarthy मेकर्थी	High
10.	SBU stands for एस बी यू से क्या आशय है?	15 Strategic Business Unit	Moderate
<b>Short Answer Type Questions</b>			
1.	Explain buying motives. क्रय प्रेरणाओं का वर्णन कीजिए।	7	Moderate
2.	What are the functions of packaging? Explain the importance of packaging? पैकेजिंग के क्या कार्य हैं? पैकेजिंग के महत्व को रेखांकित कीजिए।	9	Low
3.	What are the objectives of pricing? कीमत निर्धारण के क्या उद्देश्य हैं?	10	Low
4.	Explain some of the popular pricing methods. प्रचलित कीमत निर्धारण प्रणालियों का वर्णन कीजिए।	10	High
5.	Explain the various stages involved in new product development. नए उत्पाद के विकास की विभिन्न अवस्थाएं बताइये।	8	High
6.	What are the objectives of personal selling? वैयक्तिक विक्रय के क्या उद्देश्य हैं?	13	Moderate
7.	What are the characteristics of a distribution channel? एक वितरण प्रणाली की क्या विशेषताएं हैं?	14	High
8.	Define brand. What are the reasons for branding a product? ब्रांड को परिभाषित कीजिए। एक उत्पाद की ब्रांडिंग के क्या कारण हैं?	9	High
9.	Describe various internal and external forces that influence the pricing strategy of	10	High

	a firm. उन आंतरिक एवं बाह्य कारणों का वर्णन कीजिए जो एक फर्म की कीमत रणनीति को प्रभावित करते हैं।		
10.	What is service marketing? What factors are responsible for its faster growth over the years? सेवा विपणन क्या है? हाल के वर्षों में इसका तीव्र विकास किन कारकों के कारण हुआ है?	2	Moderate
11.	What do you mean by advertising? How does it differ from personal selling and sales promotion? विज्ञापन से आप क्या समझते हैं? ये वैयक्तिक विक्रय और विक्रय संवर्द्धन से किस प्रकार भिन्न है?	12	High
12.	Write a short note on marketing research. विपणन अनुसंधान पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।	5	Moderate
13.	Explain the importance and objectives of sales promotion. विक्रय संवर्द्धन के उद्देश्य एवं महत्व का वर्णन कीजिए।	13	Moderate
14.	Write a short note on cyber marketing. साइबर विपणन पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।	16	High
15.	What do you mean by pricing? Describe the objective of pricing. कीमत निर्धारण से क्या आशय है? कीमत निर्धारण के क्या उद्देश्य हैं?	10	Moderate
16.	Describe the benefits of advertisement. विज्ञापन के लाभों का वर्णन कीजिए।	12	Low
17.	Explain the various components of physical distribution. भौतिक वितरण के विभिन्न तत्वों का वर्णन कीजिए।	14	Moderate
18.	Write a short note on Consumer Protection Act, 1986.	16	High

	उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।		
19.	Explain the nature and scope of advertising. विज्ञापन की प्रकृति एवं क्षेत्र का वर्णन कीजिए।	12	High
20.	Describe the limitation of marketing research. विपणन अनुसंधान की सीमाओं की व्याख्या कीजिए।	5	Moderate
<b>Long Answer Type Questions</b>			
1.	Explain in detail a complete modern marketing system indicating clearly the subsystems. एक पूर्ण आधुनिक विपणन तंत्र का विस्तृत वर्णन स्पष्ट रूप से उप-तंत्रों को चिह्नित करते हुए कीजिए।	1	High
2.	“The 21 <sup>st</sup> century is going to throw a lot of challenges and offer many opportunities to marketing managers of today.” Elucidate “21वीं सदी आज के विपणन प्रबंधकों को बहुत सी चुनौतियाँ एवं कई अवसर उपलब्ध करा रही हैं।” स्पष्ट कीजिए।	15	High
3.	Explain the meaning of product life cycle strategies. What are the importances of product life cycle? उत्पाद जीवन चक्र रणनीतियों की व्याख्या कीजिए।	8	Moderate
4.	What do you understand by marketing research? Explain the scope, importance and functions of marketing research. विपणन अनुसंधान से आप क्या समझते हैं? विपणन अनुसंधान के क्षेत्र, महत्व एवं कार्यों का वर्णन कीजिए।	5	Moderate
5.	Distinguish between brand and trade mark. Why are products branded? Explain the various brand policies that a firm should consider when formulating a brand	9	High

	<p>strategies.          ब्रांड एवं ट्रेडमार्क में क्या अन्तर है? उत्पादों को ब्रांड रूप क्यों दिया जाता है? विभिन्न ब्रांड नीतियों का वर्णन कीजिए जिन पर एक ब्रांड रणनीति बनाते समय विचार करना चाहिए।</p>		
6.	<p>What problems are involved in pricing a new product? Explain the various methods of pricing strategies in details.          एक नए उत्पाद की कीमत निर्धारण की समस्याएं क्या हैं? कीमत निर्धारण नीतियों की विभिन्न विधियों की विस्तार पूर्वक व्याख्या कीजिए।</p>	10	High
7.	<p>What do you mean by marketing organization? Describe various types of marketing organization.          विपणन संगठन से आप क्या समझते हैं? विभिन्न प्रकार के विपणन संगठनों की व्याख्या कीजिए।</p>	4	Moderate
8.	<p>What is market segmentation? What is its relevance in marketing? Discuss in detail different basis for segmentating the market.          बाजार विभक्तिकरण क्या है? इसकी विपणन में क्या प्रासंगिकता है? बाजार को विभक्त करने वाले विभिन्न आधारों की विस्तारपूर्वक चर्चा कीजिए।</p>	3	Low
9.	<p>What do you understand by buying process? Explain different stages of buying behaviour.          क्रय प्रक्रिया से आप क्या समझते हैं? क्रेता व्यवहार के विभिन्न चरणों का वर्णन कीजिए।</p>	7	Moderate
10.	<p>What do you mean by promotional mix? Explain the four elements of promotional mix.          'संवर्द्धन मिश्रण' से आप क्या समझते हैं? संवर्द्धन मिश्रण के चारों तत्वों का वर्णन कीजिए।</p>	13	Low
11.	<p>Define marketing management and also discuss in detail the functions of marketing manager.</p>	1	Low



	विपणन प्रबंध की परिभाषा दीजिए एवं विपणन प्रबंधक के कार्यों को विस्तारपूर्वक बताइये।		
12.	Explain the main methods of sales forecasting in context of its advantages and disadvantages. विक्रय पूर्वानुमान की मुख्य विधियों की लाभ-हानि को बताते हुए व्याख्या कीजिए।	14	Moderate
13.	What do you mean by advertising? Explain the necessity and limitations of advertising. How does the public relation differ from advertising? विज्ञापन से आप क्या समझते हैं? विज्ञापन की आवश्यकता एवं सीमाएं बताइये। लोक व्यवहार किस प्रकार विज्ञापन से भिन्न हैं?	12	Moderate
14.	List of the functions of marketing and explain in detail the selling and buying functions. विपणन के कार्यों को सूचीबद्ध कीजिए एवं विक्रय व क्रय कार्यों का विस्तार से वर्णन कीजिए।	1	High
15.	What is the importance of market segmentation? How is industrial market segmentation different from consumer market segmentation? बाजार विभक्तिकरण के क्या उद्देश्य हैं? औद्योगिक बाजार विभक्तिकरण उपभोक्ता बाजार विभक्तिकरण से किस प्रकार भिन्न हैं?	3	Moderate
16.	What are the main functions of packaging? Show how these functions are inter-related. Discuss the main strategies used in the packaging of consumer products in India. पैकेजिंग के मुख्य कार्य क्या हैं? ये किस प्रकार अन्तर संबंधित हैं? भारत में उपभोक्ता उत्पाद की पैकेजिंग के संदर्भ में प्रयोग की जाने वाली मुख्य रणनीतियों की व्याख्या कीजिए।	9	High
17.	“The only one and basic objectives of advertising in a company is to increase its sales and profits.” Do you agree with the statement? Describe the advertising objectives which a company may possible set out to achieve.	12	High

	“विज्ञापन का एकमात्र एवं आधार उद्देश्य एक कम्पनी के विक्रय एवं लाभ में वृद्धि करना है।” क्या आप इस कथन से सहमत हैं? एक कम्पनी के संभावित विज्ञापन उद्देश्यों का वर्णन कीजिए।		
18.	Define consumer behaviour and describe its relevance in marketing decision making. उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिए एवं इसकी विपणन निर्णय प्रक्रिया में प्रासंगिकता बताइये।	7	Low
19.	Explain in detail the social, ethical and legal aspects of marketing. विपणन के सामाजिक नैतिक एवं कानूनी पक्षों को विस्तार पूर्वक बताइये।	16	High
20.	What are ‘green issues’? Why are they of concern to the marketer? Discuss the green marketing in detail. ‘हरित कारक’ क्या हैं? ये विपणनकर्ता से किस प्रकार संबधित हैं? ‘हरित विपणन’ पर विस्तारपूर्वक चर्चा कीजिए।	16	Moderate