

Course: M.Com.

Semester: 3

Modal Question Paper

Dr. K. M. Mahato

Associate Professor

Department of Commerce

Jamshedpur Co-operative College

Jamshedpur



DR. K. M. MAHATO

MC 3.4 - Elective Marketing

sub: Principles & Practices of Marketing

Prepared By - Dr. K. M. Mahato
Associate Prof. Commerce
Janshiksha Co-operative College

Long Answer Type Questions (दीर्घ उत्तरिय प्रश्न)

Q1) What is meant by marketing? Discuss the nature and scope of marketing.

विपणन से क्या आशय है? विपणन की प्रकृति तथा क्षेत्र की विवेचना कीजिए।

Q2) Define and explain critically the term marketing and describe its functions.

विपणन की परिभाषा एवं आलोचनात्मक व्याख्या कीजिए तथा इसके कार्यों का वर्णन कीजिए।

Q3) What is modern marketing concept? Explain the importance of modern marketing concept in India.

आधुनिक विपणन अवधारणा क्या है? भारत में आधुनिक विपणन अवधारणा के महत्व को समझाइए।

Q4) Describe the macro and micro marketing environment वृहत् तथा सूक्ष्म विपणन पर्यावरण का वर्णन कीजिए।

Q5) How the price policy is determined? Describe the methods which are adopted for the determining the price of a new product.

मूल्य नीति किस प्रकार निर्धारित की जाती है? किसी नए उत्पाद का मूल्य निर्धारण करने के लिए अपनाये जाने वाले विधियों का वर्णन कीजिए।

Q6) Define consumer behaviour. Explain the characteristics of Indian consumers.

उपभोक्ता व्यवहार की परिभाषा दीजिए। भारतीय उपभोक्ताओं के व्यवहार की विशेषताएँ बताइए।

⑦ Explain the meaning and scope of marketing research and discuss the process of research. ②
विपणन अनुसंधान एवं शोध की व्याख्या कीजिए तथा अनुसंधान की प्रक्रिया भी विवेचना कीजिए।

⑧ What is Cyber marketing? Explain in brief the main characteristics of Cyber marketing.
साइबर विपणन क्या है? साइबर विपणन की प्रमुख विशेषताओं का समझाइए।

Short Answer Type Questions (लघु उत्तर प्रकार)

① What is marketing management? Describe in brief the functions and responsibilities of marketing manager.

विपणन प्रबन्धन क्या है? विपणन प्रबन्धक के कार्यों एवं उत्तरदायित्वों का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

② What are the various stages of consumer decision making process? Discuss.
उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाएँ क्या हैं? विवेचना कीजिए।

③ Explain in brief about product-mix.
उत्पाद अन्तर्लभ (मिश्र) के बारे में संक्षेप में व्याख्या करें।

④ Describe the main types of channels of distribution.
वितरण वाहिकाओं के प्रमुख प्रकारों का वर्णन कीजिए।

⑤ What is green marketing concept? Explain with illustrations.
हरित विपणन अवधारणा क्या है? उदाहरणों द्वारा स्पष्ट कीजिए।

⑥ Explain the method of entering in foreign markets.
विदेशी बाजारों में प्रवेश करने के ढंग बताइए।

⑦ What is meant by product life-cycle strategy?
 उत्पाद जीवन-चक्र नीति-नीति से क्या आशय है? ③

⑧ Discuss in brief social, ethical and legal aspect of marketing.

विपणन के सामाजिक, नैतिक एवं वैधानिक पहलुओं की विवेचना कीजिए।

⑨ What do you understand by supervision and control of salesmen? विपणन के निरीक्षण एवं नियंत्रण से क्या क्या सम्बन्ध है।

⑩ Define promotion-mix. What are its elements? प्रवर्धन मिश्रण को परिभाषित कीजिए। इसके तत्व कौन कौन से हैं?

Objective Type Questions (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

'True or false (सही या गलत)

① The existence of business depends on marketing.
 व्यवसाय का अस्तित्व ही विपणन पर निर्भर करता है।

② Selling is a component of marketing concept.
 विक्रय, विपणन अवधारणा का अंग है।

③ Marketing-mix always remain static.
 विपणन-मिश्रण सदैव स्थिर रहता है। F

④ Product has unlimited life.
 उत्पाद का जीवन चक्र असिमित होता है।

⑤ The future of cyber marketing in India is not bright.
 F

Multiple choice Questions (चतुर्विकल्प चयनित प्रश्न)

① Marketing concept is विपणन अवधारणा है:

(a) Production-oriented (उत्पादन-मुखी) (b) Sales-oriented (विक्रय-मुखी)

(c) Customer-oriented (ग्राहक-मुखी) (d) All of the three ये तीनों

② Maslow's Hierarchy of Need are मैसलो की आवश्यकताओं की संख्या है: -

(a) 2 (b) 4 (c) 5 (d) 8.

③ Limitation of marketing research is (विपणन अनुसंधान की सीमा है: -

(a) Limitation of Money (धन की सीमा) (b) Limitation of time (समय की सीमा) (c) Limitation of bias (पक्षपात की सीमा) (d) Limitation of Money, Time & bias (धन, समय व पक्षपात की सीमा)

④ Marketing is the delivery of standard" This definition is of: विक्रय जीवन एव मेलन केलिए
इस कथन के: -

- (a) Philip Kotler (b) William J Stanton (c) Paul Mazur
(d) Hansen

⑤ Green marketing organised in (हरेन विक्रय का
आगत कृष्ण था): -

- (a) England (b) Japan (c) Germany (d) America

The End.

X