1. निम्नलिखित में से कौन मार्केटिंग मिक्स का तत्व नहीं है?
   A. उत्पाद
   B. मूल्य
   C. योजना
   D. प्रचार (C)

व्याख्या : मार्केटिंग मिक्स के चार तत्व हैं – उत्पाद, मूल्य, स्थान और प्रचार। योजना एक प्रबंधकीय क्रिया है।

2. कौन-सी अवधारणा उत्पादों की उपलब्धता और वहन क्षमता पर केंद्रित होती है?
   A. उत्पाद अवधारणा
   B. बिक्री अवधारणा
   C. विपणन अवधारणा
   D. उत्पादन अवधारणा (D)

व्याख्या : उत्पादन अवधारणा का उद्देश्य बड़े पैमाने पर उत्पादन कर कम लागत में उत्पाद उपलब्ध कराना होता है।

3. निम्नलिखित में से कौन-सा प्रचार का बिना भुगतान वाला रूप है?
   A. विज्ञापन
   B. व्यक्तिगत बिक्री
   C. जन-संपर्क (पब्लिसिटी)
   D. बिक्री संवर्धन (C)

व्याख्या : पब्लिसिटी एक स्वतंत्र स्रोत द्वारा बिना भुगतान के की जाती है, जबकि विज्ञापन में भुगतान शामिल होता है।

4. कौन-सी गतिविधि उत्पाद की पहचान और सुरक्षा में मदद करती है?
   A. ब्रांडिंग B. पैकेजिंग
   C. प्रचार D. पब्लिसिटी (B)

व्याख्या : पैकेजिंग उत्पाद की पहचान और सुरक्षा सुनिश्चित करती है, जिससे ग्राहक को आकर्षित किया जा सके।

5. विपणन योजना का प्रमुख उद्देश्य क्या है?
   A. वितरण को नियंत्रित करना
   B. उत्पाद पैकेजिंग डिज़ाइन करना
   C. विपणन उद्देश्यों को प्राप्त करना
   D. उत्पाद का मूल्य निर्धारित करना (C)

व्याख्या : विपणन योजना का मुख्य कार्य लक्ष्य पूर्ति हेतु उपयुक्त कार्य योजना बनाना होता है।

6. निम्नलिखित में से कौन उपभोक्ता उत्पाद की श्रेणी नहीं है?
   A. सुविधा उत्पाद
   B. औद्योगिक उत्पाद
   C. खरीदारी उत्पाद
   D. विशेष उत्पाद (B)

व्याख्या : औद्योगिक उत्पाद उत्पादन हेतु उपयोग होते हैं, उपभोक्ता उत्पाद नहीं माने जाते।

7. 'ब्रांडिंग' मुख्यतः किसमें सहायक होती है?
   A. मूल्य में कमी
   B. उत्पाद विभेदन
   C. पैकेजिंग लागत में कमी
   D. बिक्री के बाद सेवा में सुधार (B)

व्याख्या : ब्रांडिंग उत्पाद को अन्य उत्पादों से अलग दिखाने में मदद करती है।

8. प्रचार के दौरान कौन-सा उपकरण प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया प्रदान करता है?
   A. विज्ञापन
   B. बिक्री संवर्धन
   C. पब्लिसिटी
   D. व्यक्तिगत बिक्री (D)

व्याख्या : व्यक्तिगत बिक्री आमने-सामने की बातचीत होती है जिससे तुरंत प्रतिक्रिया मिलती है।

9. किस मामले में 'ग्रेडिंग' सबसे आवश्यक होती है?
   A. इलेक्ट्रॉनिक उपकरण
   B. पैक किए गए पेय पदार्थ
   C. कृषि उत्पाद
   D. मोटर वाहन (C)

व्याख्या : कृषि उत्पादों जैसे गेहूं, फल आदि को गुणवत्ता के आधार पर वर्गीकृत करने हेतु ग्रेडिंग आवश्यक होती है।

10. सामाजिक विपणन का मुख्य उद्देश्य क्या है?
   A. उत्पादन में वृद्धि
   B. केवल ग्राहक संतुष्टि
   C. केवल लाभ अधिकतम करना
   D. समाज का दीर्घकालीन कल्याण (D)

व्याख्या : सामाजिक विपणन उपभोक्ता की संतुष्टि के साथ-साथ समाज के दीर्घकालीन हितों पर भी ध्यान देता है।

मिशन ज्ञान पढ़ें जब चाहें, जहाँ चाहें, जैसे चाहें। 100% FREE! VIDEO COURSES | QUIZ | PDF | TEST SERIES