## राजस्थान बोर्ड

## कक्षा-१२ | व्यवसाय अध्ययन



## अध्याय - १० | विपणन

QUIZ-01

1.	निम्नलिखित में से कौन मार्केटिंग मिक्स का तत्व नहीं है?		6.	निम्नलिखित में से कौन उपभोक्ता उत्पाद की श्रेणी नहीं है?		
	A. उत्पाद	B. मूल्य		A. सुविधा उत्पाद	B. औद्योगिक उत्पाद	
	C. योजना	D. प्रचार (C)		C. खरीदारी उत्पाद	D. विशेष उत्पाद	
व्या	ख्या: मार्केटिंग मिक्स के चार तत्व	मिक्स के चार तत्व हैं – उत्पाद, मूल्य, स्थान और		<b>ाळ्या :</b> औद्योगिक उत्पाद उत्पादन हे	हेतु उपयोग होते हैं, उपभे	
	प्रचार। योजना एक प्रबंधकीय क्रिया है। कौन-सी अवधारणा उत्पादों की उपलब्धता और वहन क्षमता पर केंद्रित होती है?			उत्पाद नहीं माने जाते।		
2.			7.	'ब्रांडिंग' मुख्यतः किसमें सहायक		
	A. उत्पाद अवधारणा	B. बिक्री अवधारणा		A. मूल्य में कमी	B. उत्पाद विभेदन	
	C. विपणन अवधारणा	D. उत्पादन अवधारणा (D)		C. पैकेजिंग लागत में कमी		
व्या	<i>'ख्या :</i> उत्पादन अवधारणा का उद्देश्र	· उत्पादन अवधारणा का उद्देश्य बड़े पैमाने पर उत्पादन कर		D. बिक्री के बाद सेवा में सुधार		
	कम लागत में उत्पाद उपलब्ध कराना होता है।		व्या	<i>ाख्या :</i> ब्रांडिंग उत्पाद को अन्य उत्प	ादों से अलग दिखाने में ग	
3.	निम्नलिखित में से कौन-सा प्रचार का बिना भुगतान वाला			करती है।	ग्रहे।	
	रुप है?	9116, 9161		प्रचार के दौरान कौन-सा उपकरण	प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया प्रदा	
	A. विज्ञापन	B. व्यक्तिगत बिक्री		करता है?		
	C. जन-संपर्क (पब्लिसिटी)	D. बिक्री संवर्धन (C)		A. विज्ञापन	B. बिक्री संवर्धन	
व्या	व्याख्या: पब्लिसिटी एक स्वतंत्र स्रोत द्वारा बिना भुगतान के की			C. पब्लिसिटी	D. व्यक्तिगत बिक्री	
	जाती है, जबकि विज्ञापन में भुगतान शामिल होता है।			<i>व्याख्या</i> : व्यक्तिगत बिक्री आमने-सामने की बातचीत होती है		
4.	कौन-सी गतिविधि उत्पाद की पहचान और सुरक्षा में मदद			जिससे तुरंत प्रतिक्रिया मिलती है	I	
	करती है?		9.	किस मामले में 'ग्रेडिंग' सबसे आव	श्यक होती है?	
	A. ब्रांडिंग	B. पैकेजिंग		A. इलेक्ट्रॉनिक उपकरण	B. पैक किए गए पेय	
	C. प्रचार	D. पब्लिसिटी (B)		C. कृषि उत्पाद	D. मोटर वाहन	
व्याख्या: पैकेजिंग उत्पाद की पहचान और सुरक्षा सुनिश्चित करती है,			व्या	व्याख्या: कृषि उत्पादों जैसे गेहूं, फल आदि को गुणवत्ता के अ		
	जिससे ग्राहक को आकर्षित किया जा सके।  विपणन योजना का प्रमुख उद्देश्य क्या है?  A. वितरण को नियंत्रित करना			पर वर्गीकृत करने हेतु ग्रेडिंग आव	श्यक होती है।	
5.			10.	सामाजिक विपणन का मुख्य उद्देश्य क्या है?		
			И	A. उत्पादन में वृद्धि	B. केवल ग्राहक संतुर्ी	
	B. उत्पाद पैकेजिंग डिज़ाइन करना C. विपणन उद्देश्यों को प्राप्त करना	IDCEC   OII	Z	c. केवल लाभ अधिकतम करना		
	C. विपणन उद्दश्या का प्राप्त करना D. उत्पाद का मूल्य निर्धारित करन		i	D. समाज का दीर्घकालीन कल्या	_	
	D. उत्पाद पंग मूल्य गियारित करन	(6)	Ι'	,	, , L L	

व्याख्या: विपणन योजना का मुख्य कार्य लक्ष्य पूर्ति हेतु उपयुक्त

कार्य योजना बनाना होता है।

सुविधा उत्पाद B. औद्योगिक उत्पाद खरीदारी उत्पाद D. विशेष उत्पाद (B) : औद्योगिक उत्पाद उत्पादन हेतु उपयोग होते हैं, उपभोक्ता ाद नहीं माने जाते। डिंग' मुख्यतः किसमें सहायक होती है? मूल्य में कमी B. उत्पाद विभेदन वैकेजिंग लागत में कमी बिक्री के बाद सेवा में सुधार (B) : ब्रांडिंग उत्पाद को अन्य उत्पादों से अलग दिखाने में मदद ती है। ार के दौरान कौन-सा उपकरण प्रत्यक्ष प्रतिक्रिया प्रदान ता है? विज्ञापन B. बिक्री संवर्धन गब्लिसिटी D. व्यक्तिगत बिक्री (D) : व्यक्तिगत बिक्री आमने-सामने की बातचीत होती है मसे तुरंत प्रतिक्रिया मिलती है। स मामले में 'ग्रेडिंग' सबसे आवश्यक होती है? डलेक्ट्रॉनिक उपकरण B. पैक किए गए पेय पदार्थ कृषि उत्पाद D. मोटर वाहन (C) : कृषि उत्पादों जैसे गेहूं, फल आदि को गुणवत्ता के आधार वर्गीकृत करने हेतु ग्रेडिंग आवश्यक होती है। नाजिक विपणन का मुख्य उद्देश्य क्या है? उत्पादन में वृद्धि B. केवल ग्राहक संतुष्टि केवल लाभ अधिकतम करना समाज का दीर्घकालीन कल्याण 🛕 🕒 🔘 (D) व्याख्या: सामाजिक विपणन उपभोक्ता की संतुष्टि के साथ-साथ समाज के दीर्घकालीन हितों पर भी ध्यान देता है।