

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।