

UNIVERSITY OF MUMBAI T.Y.B.COM. SEM VI
MARKETING RESEARCH MCQ QUESTION BANK

UNIT -1

- 1) The process of product research involves an in-depth study of _____ from product creation.
 - a) Product sale
 - b) Product Distribution
 - c) Product Marketing
 - d) None of this.

- 2) The original purpose of the brand is _____ .
 - a) Increasing sales
 - b) Advertising
 - c) Helping the customer to identify & distinguish items
 - d) None of this.

- 3) The _____ makes it possible to create an image of the product in the mind of the customer.
 - a) Brand
 - b) Product life cycle research
 - c) Product research
 - d) None of this.

- 4) Product research involves both _____ aspects.
 - a) Technical
 - b) Professionals
 - c) Technical & Professionals
 - d) None of this.

- 5) Product renewal means
 - a) Creation of new product
 - b) Price research
 - c) Changes in current product features
 - d) None of this

- 6) The purpose of _____ is to find out what the company's product image is in the eyes of the consumer.
 - a) Product research
 - b) Price research
 - c) Sale research
 - d) None of this.

- 7) Insertion of research is a part of the _____ research.
- a) Product
 - b) Promotion
 - c) Sale research
 - d) Sale research
- 8) Distribution research is also called as _____ research.
- a) Sale research
 - b) Chain research
 - c) Sale research
 - d) None of this.
- 9) Distribution chains are also called _____ between manufacturers & consumers.
- a) Trade chains
 - b) Intermediary chains
 - c) Product chains
 - d) None of this.
- 10) The distance minimize between _____ due to trade chain.
- a) Product & Customer
 - b) Wholesaler & Retailer
 - c) Agents & Customers
 - d) None of this
- 11) A _____ is the name & mark given to an item.
- a) Brand
 - b) Advertising
 - c) Packaging
 - d) None of this
- 12) Brand research is a component of _____ .
- a) Customer Research
 - b) Sale Research
 - c) Product Research
 - d) None of this
- 13) _____ is the feeling in the mind of the consumer about the product.
- a) Brand image
 - b) Brand loyalty
 - c) Product Research
 - d) Trade mark

- 14) Advertising is a _____ media of communication.
- a) Personal
 - b) Impersonal
 - c) Distribution Research
 - d) Sales Promotion.
- 15) Advertising drafts use _____ to check for excluded items.
- a) Check list
 - b) Advertisement sample
 - c) Advertisement Research
 - d) Product Research
- 16) The research that is done to determine whether the distribution method chosen to deliver to goods to the customer is less cost effective & efficient is called _____
- a) Product research
 - b) Distribution Research
 - c) Advertisement Research
 - d) Price research
- 17) Sale promotion research help determine _____
- a) Sale promotion technique
 - b) Advertisement draft
 - c) Customer motivaton
 - d) None of this
- 18) Brand image survey are conducted to study _____
- a) Brand awareness
 - b) Brand loyalty
 - c) Trade mark
 - d) None of this
- 19) The _____ is effectively useful for temporarily increasing sales & residual stocks.
- a) Sale promotion startegy
 - b) Advertisement
 - c) Personal selling
 - d) None of this

- 20) The broad concept of supply chain includes the
- a) Distribution chain
 - b) Intermediate
 - c) Components traders and agents.
 - d) None of this
- 21) There are concepts of meaning like _____ & marketing mix.
- a) Product mix
 - b) Trade mark
 - c) Intermediate.
 - d) None of this
- 22) _____ this method collects information from potential customers without any preconceived notions.
- a) Directive
 - b) Non-Directive
 - c) Paired Comparison
 - d) Staggered comparison
- 23) _____ this products are the scope of research.
- a) Product modification
 - b) Product Innovation
 - c) Brand Research
 - d) All of this.
- 24) The fair price of product determined by considering all the information market _____.
- a) Competition & price
 - b) Sale Research
 - c) Taste Marketing
 - d) None of this.
- 25) _____ their creative instincts give rise to new product ideas.
- a) Researchers
 - b) Technician
 - c) Scientists
 - d) All of this.

- 26) _____ process is used to develop a new product.
- a) Test marketing
 - b) Consumer jury
 - c) Real experiment
 - d) None of this.
- 27) Feature of test marketing _____ .
- a) Duration
 - b) Limited Area
 - c) Response market
 - d) All of this.
- 28) The method of marketing testing is _____ .
- a) Standard test market
 - b) Real test experiment
 - c) Different test method
 - d) Control test market.
- 29) With the help of _____ customers can quickly identify what they want.
- a) Brand
 - b) Passion
 - c) Sale Research
 - d) None of this.
- 30) Components of brand _____ ..
- a) Brand Promise
 - b) Passion
 - c) Clear Strategy
 - d) All of this.
- 31) _____ is the exchange rate for product & services.
- a) Price
 - b) Cost
 - c) Product
 - d) Competition
- 32) The three factors of price, sale & _____ are interdependent.
- a) Loss
 - b) Profit
 - c) Advertising
 - d) None of this.

- 33) Price research greatly _____ Sale.
- a) Increase
 - b) Decrease
 - c) Loss
 - d) None of this.
- 34) _____ Components are evaluated through price research.
- a) Consumer demand
 - b) Competition
 - c) Demand
 - d) All of this.
- 35) _____ is the main objective of the business.
- a) Consumer satisfaction
 - b) Product modification
 - c) Directive method
 - d) None of this.
- 36) Anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need is called a _____
- a) Idea
 - b) demand
 - c) product
 - d) Service.
- 37) Marketing is both an “art” and a “science” there is constant tension between the formulated side of marketing and the _____ side.
- a) creative
 - b) selling
 - c) management
 - d) behavior
- 38) What is the basic property of a service which makes it different from a product?
- a) Shape
 - b) Size
 - c) Very expensive
 - d) Intangibility

- 39) The _____ identifies the product or brand.
- a) Warranty
 - b) Container
 - c) Label
 - d) Advertisement
- 40) “Buy it now” refers to which one of the following options?
- a) Publicity
 - b) Personal selling
 - c) Advertising
 - d) Sales promotion
- 41) The _____ concept holds that consumers will favor those products that offer the most
Quality, performance, or innovative features.
- a) product
 - b) marketing
 - c) production
 - d) selling
- 42) If the aim of the promotion to introduce a new consumer product is to achieve high
awareness levels, the firm will most likely make heavy use of _____ in the promotional mix.
- a) Advertising
 - b) Sales promotion
 - c) Personal selling
 - d) Publicity
- 43) A consumer contest is an example of _____.
- a) Personal selling
 - b) Sales promotion
 - c) Advertising
 - d) Indirect selling
- 44) Advertising appropriations are largest for which type of product?
- a) Industrial products
 - b) Convenience goods
 - c) High-priced products
 - d) Specialty goods

- 45) Need becomes _ when they are directed towards a specific object.
- a) Actual need
 - b) Want
 - c) Satisfaction
 - d) Demand
- 46) Demand Which of the following BEST describes the consumer's preference for products that are widely available to them?
- a) Production concept
 - b) Marketing concept
 - c) Selling concept
 - d) Product concept
- 47) Buying and selling of mass consumer goods and services comes under which of the following markets?
- a) Business markets
 - b) Global markets
 - c) Consumer markets
 - d) Government markets
- 48) Which of the following firms emphasis on product's benefits to the customers rather than on
- a) Product oriented
 - b) Market oriented
 - c) Sales oriented
 - d) Production oriented
- 49) Which of the following is a name, term, sign, symbol, design, or a combination of these, that identifies that maker or seller of a product or service?
- a) Label
 - b) Co-brand
 - c) Brand
 - d) Product
- 50) The consumer's estimate of the product's overall capacity to satisfy his or her needs is called:
- a) Product Cost
 - b) Product Value
 - c) Product need
 - d) Product satisfaction

MARATHI MEDIUM

- 1) उत्पादन संशोधन प्रक्रियेमध्ये _ उत्पादनाच्या निर्मितीपासून सखोल अभ्यास समाविष्ट असतो.
 - अ) उत्पादन विक्री
 - ब) उत्पादन वितरण
 - c) उत्पादन विपणन
 - ड) यापैकी काहीही नाही.

- २) ब्रँडचा मूळ हेतू आहे.
 - अ) विक्री वाढविणे
 - बी) जाहिरात
 - क) वस्तू ओळखण्यास आणि त्यापासून वेगळे होण्यासाठी ग्राहकांना मदत करणे
 - ड) यापैकी काहीही नाही.

- 3) ग्राहकांच्या मनात उत्पादनाची प्रतिमा तयार करणे शक्य करते.
 - अ) ब्रँड
 - ब) उत्पादन जीवन चक्र संशोधन
 - c) उत्पादन संशोधन
 - ड) यापैकी काहीही नाही.

- 4) उत्पादन संशोधनात दोन्ही बाबींचा समावेश आहे.
 - अ) तांत्रिक
 - बी) व्यावसायिक
 - क) तांत्रिक आणि व्यावसायिक
 - ड) यापैकी काहीही नाही.

- 5) उत्पादन नूतनीकरण म्हणजे.
 - अ) नवीन प्रॉडक्टेलची निर्मिती
 - ब) किंमत संशोधन
 - क) सद्य उत्पादन वैशिष्ट्यांमध्ये बदल
 - ड) यापैकी काहीही नाही

6) ग्राहकांच्या दृष्टीने कंपनीची उत्पादन प्रतिमा काय आहे हे शोधणे हा त्यामागील हेतू आहे.

- अ) उत्पादन संशोधन
- ब) किंमत संशोधन
- सी) विक्री संशोधन
- ड) यापैकी काहीही नाही.

7) संशोधन समाविष्ट करणे हा संशोधनाचा एक भाग आहे.

- अ) उत्पादन
- ब) पदोन्नती
- सी) विक्री संशोधन
- ड) विक्री संशोधन

8) वितरण संशोधनाला संशोधन असेही म्हणतात.

- अ) विक्री संशोधन
- ब) साखळी संशोधन
- सी) विक्री संशोधन
- ड) यापैकी काहीही नाही.

9) उत्पादक आणि ग्राहक यांच्यातही वितरण साखळी मागविल्या जातात.

- अ) व्यापार साखळी
- बी) मध्यस्थाच्या साखळ्या
- क) उत्पादन साखळी
- ड) यापैकी काहीही नाही.

10) व्यापार साखळीमुळे अंतर कमी होते.

- अ) उत्पादन व ग्राहक
- ब) घाऊक विक्रेता आणि विक्रेता
- क) एजंट्स आणि ग्राहक
- ड) यापैकी काहीही नाही

- ११) अ हे आयटमला दिलेले नाव व चिन्ह आहे.
- अ) ब्रँड
 - बी) जाहिरात
 - सी) पॅकेजिंग
 - ड) यापैकी काहीही नाही
- 12) ब्रँड रिसर्च हा घटक आहे.
- अ) ग्राहक संशोधन
 - बी) विक्री संशोधन
 - c) उत्पादन संशोधन
 - ड) यापैकी काहीही नाही
- 13) उत्पादनाबद्दल ग्राहकांच्या मनातील भावना आहे.
- अ) ब्रँड प्रतिमा
 - ब) ब्रँड निष्ठा
 - c) उत्पादन संशोधन
 - ड) व्यापार चिन्ह
- 14) जाहिरात करणे हे संप्रेषणाचे माध्यम आहे.
- अ) वैयक्तिक
 - बी) प्रतिरूपाचा
 - सी) वितरण संशोधन
 - ड) विक्री जाहिरात
- 15) जाहिरातीचे ड्राफ्ट वगळलेल्या वस्तू तपासण्यासाठी वापरतात.
- a) चेक यादी
 - ब) जाहिरातीचा नमुना
 - क) जाहिरात संशोधन
 - d) उत्पादन संशोधन

- १६) ग्राहकाला वस्तू वितरीत करण्यासाठी निवडलेल्या वितरण पद्धतीत कमी खर्चिक व कार्यक्षम आहे की नाही हे ठरवण्यासाठी केलेले संशोधन म्हणतात.
- अ) उत्पादन संशोधन
ब) वितरण संशोधन
क) जाहिरात संशोधन
ड) किंमत संशोधन
- १७) विक्री जाहिरात संशोधन मदत निश्चित _
- अ) विक्री जाहिरात तंत्र
ब) जाहिरातीचा मसुदा
सी) ग्राहक प्रेरक
ड) यापैकी काहीही नाही
- १८) अभ्यास करण्यासाठी ब्रँड प्रतिमा सर्वेक्षण केले जाते _
- अ) ब्रांड जागरूकता
ब) ब्रँड निष्ठा
c) व्यापार चिन्ह
ड) यापैकी काहीही नाही
- १९) विक्री व अवशिष्ट साठा तात्पुरते वाढविण्यासाठी हे प्रभावीपणे उपयुक्त आहे.
- अ) विक्री जाहिरात स्टार्टजी
बी) जाहिरात
क) वैयक्तिक विक्री
ड) यापैकी काहीही नाही
- २०) पुरवठा साखळीच्या विस्तृत संकल्पनेत खालील गोष्टींचा समावेश आहे
- अ) वितरण साखळी
बी) इंटरमीडिएट
क) घटक व्यापारी आणि एजंट.
ड) यापैकी काहीही नाही

२१) अर्थ आणि मार्केटिंग मिक्स सारख्या संकल्पना आहेत.

- अ) उत्पादन मिश्रण
- ब) व्यापार चिन्ह
- सी) इंटरमीडिएट
- ड) यापैकी काहीही नाही

22) ही पद्धत संभाव्य ग्राहकांकडून कोणत्याही पूर्वकल्पित कल्पनांशिवाय माहिती संकलित करते.

- अ) निर्देशक
- ब) निदेशक
- सी) जोडलेली तुलना
- ड) आश्चर्यकारक तुलना

23) ही उत्पादने संशोधनाची व्याप्ती आहेत.

- अ) उत्पादन बदल
- ब) उत्पादन नावीन्य
- c) ब्रँड रिसर्च
- ड) हे सर्व.

24) सर्व माहिती बाजाराचा विचार करून उत्पादनाची उचित किंमत निश्चित केली जाते.

- अ) स्पर्धा आणि किंमत
- बी) विक्री संशोधन
- क) चव विपणन
- ड) यापैकी काहीही नाही.

25) श्रीर सर्जनशील अंतःप्रेरणा नवीन उत्पादनांच्या कल्पनांना जन्म देतात.

- अ) संशोधक
- ब) तंत्रज्ञ
- क) वैज्ञानिक
- ड) हे सर्व.

26) प्रक्रिया नवीन उत्पादनात उतरून टाकली जाते.

- अ) चाचणी विपणन
- ब) ग्राहक निर्णायक
- क) वास्तविक प्रयोग
- ड) यापैकी काहीही नाही.

27) चाचणी विपणनाचे वैशिष्ट्य.

- अ) कालावधी
- बी) मर्यादित क्षेत्र
- क) प्रतिसाद बाजार
- ड) हे सर्व.

28) विपणन चाचणीची पद्धत _ आहे.

- अ) मानक चाचणी बाजार
- ब) वास्तविक चाचणी प्रयोग
- क) चाचणीची वेगळी पद्धत
- ड) चाचणी बाजार नियंत्रित करा.

२९) ग्राहकांच्या मदतीने त्यांना हवे ते लवकर ओळखू शकते.

- अ) ब्रँड
- बी) उत्कटतेने
- सी) विक्री संशोधन
- ड) यापैकी काहीही नाही.

३०) ब्रँडचे घटक ..

- अ) ब्राँन वचन
- बी) उत्कटतेने
- क) स्पष्ट धोरण
- ड) हे सर्व.

- 31) उत्पादन आणि सेवांसाठी विनिमय दर आहे.
- अ) किंमत
 - बी) किंमत
 - सी) उत्पादन
 - ड) स्पर्धा
- ३२) किंमत, विक्री आणि तीन घटक परस्परावलंबित आहेत.
- तोटा
 - बी) नफा
 - क) जाहिरात
 - ड) यापैकी काहीही नाही.
- 33) किंमत संशोधन मोठ्या प्रमाणात विक्री.
- अ) वाढवा
 - बी) कमी
 - सी) तोटा
 - ड) यापैकी काहीही नाही.
- 34) किंमतींचे संशोधन करून घटकांचे मूल्यांकन केले जाते.
- a) ग्राहकांची मागणी
 - ब) स्पर्धा
 - सी) मागणी
 - ड) हे सर्व.
- 35) हे व्यवसायाचे मुख्य उद्दीष्ट आहे.
- अ) ग्राहकांचे समाधान
 - ब) उत्पादन बदल
 - c) निर्देशित पद्धत
 - ड) यापैकी काहीही नाही.

- 36) एखादी वस्तू ज्याला लक्ष देणे, संपादन करणे, वापरासाठी किंवा वापरासाठी ऑफर करता येऊ शकते ज्यामुळे एखाद्या गरजा किंवा गरजेची पूर्ती होऊ शकते त्याला म्हणतात
- a) आयडिया
 - बी) मागणी
 - सी) उत्पादन
 - ड) सेवा.
- 37) विपणन ही एक “कला” आणि “विज्ञान” दोन्ही आहे आणि विपणनाच्या स्वरूपाची बाजू आणि बाजू यांच्यात सतत तणाव असतो.
- अ) सर्जनशील
 - बी) विक्री
 - क) व्यवस्थापन
 - ड) वर्तन
- 38) सेवेची मूलभूत मालमत्ता कोणती आहे जी उत्पादनापेक्षा ती वेगळी करते?
- अ) आकार
 - ब) आकार
 - c) खूप महाग
 - d) अमूर्तता
- 39) उत्पादन किंवा ब्रँड ओळखतो.
- अ) हमी
 - बी) कंटेनर
 - c) लेबल
 - ड) जाहिरात
- 40) “त्वरित विकत घ्या” खालीलपैकी कोणत्या पर्यायाचा संदर्भ आहे?
- अ) प्रसिद्धी
 - बी) वैयक्तिक विक्री
 - क) जाहिरात
 - ड) विक्रीची जाहिरात

41) संकल्पना अशी आहे की ग्राहक सर्वात दर्जेदार, कामगिरी किंवा नाविन्यपूर्ण वैशिष्ट्ये देणा
those्या उत्पादनांची बाजू घेतील.

अ) उत्पादन

बी) विपणन

सी) उत्पादन

ड) विक्री

42) नवीन ग्राहक उत्पादन सादर करण्याच्या जाहिरातीचे उद्दीष्ट उच्च जागरूकता पातळी गाठण्यासाठी
असेल तर, फर्म बहुधा प्रमोशनल मिक्समध्ये भारी वापर करेल.

a) जाहिरात

बी) विक्री बढती

क) वैयक्तिक विक्री

ड) प्रसिद्धी

43) ग्राहक स्पर्धा हे त्याचे एक उदाहरण आहे.

अ) वैयक्तिक विक्री

बी) विक्री बढती

क) जाहिरात

ड) अप्रत्यक्ष विक्री

44) कोणत्या प्रकारच्या उत्पादनासाठी जाहिरात विनियोग सर्वात मोठे आहेत?

अ) औद्योगिक उत्पादने

बी) सोयीस्कर वस्तू

क) उच्च किंमतीची उत्पादने

ड) खास वस्तू

45) गरज जेव्हा एखाद्या विशिष्ट वस्तूकडे वळविली जाते तेव्हा आवश्यक होते.

अ) वास्तविक गरज

बी) पाहिजे

क) समाधान

डी) मागणी

- 46) मागणी खालीलपैकी कोणत्या सर्वोत्कृष्टपणे ग्राहकांना त्यांच्यासाठी उपलब्ध असलेल्या उत्पादनांच्या पसंतीचे वर्णन केले आहे?
- अ) उत्पादन संकल्पना
 - ब) विपणन संकल्पना
 - क) विक्री संकल्पना
 - ड) उत्पादन संकल्पना
- 47) वस्तुमान ग्राहक वस्तू व सेवांची खरेदी-विक्री खालीलपैकी कोणत्या बाजारात येते?
- अ) व्यवसाय बाजार
 - बी) जागतिक बाजारपेठा
 - c) ग्राहक बाजार
 - d) सरकारी बाजारपेठा
- 48) पुढील पैकी कोणत्या फर्मने ग्राहकांना त्याऐवजी उत्पादनांच्या फायद्यावर जोर दिला आहे
- अ) उत्पादनभिमुख
 - ब) बाजाराभिमुख
 - सी) विक्रीभिमुख
 - डी) उत्पादन देणारं
49. खालीलपैकी कोणते नाव, पद, चिन्ह, चिन्ह, रचना किंवा यापैकी एखादे उत्पादन किंवा सेवेचे निर्माता किंवा विक्रेता ओळखते हे संयोजन आहे?
- अ) लेबल
 - बी) को-ब्रँड
 - सी) ब्रँड
 - डी) उत्पादन
- 50) ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी त्याच्या उत्पादनाच्या एकूण क्षमतेचा अंदाज लावला जातो:
- अ) उत्पादन किंमत
 - ब) उत्पादन मूल्य
 - c) उत्पादनाची गरज
 - ड) उत्पादनांचे समाधान

UNIT -2

- 1) Market research helps to understand
 - a) Customer needs
 - b) Sales study
 - c) Sales promotion
 - d) None of this

- 2) Consumer research is done to find the
 - a) Purchasing power
 - b) Reason for purchase
 - c) Number of customers
 - d) None of this

- 3) _____ helps to find out the need & wants of the customer.
 - a) Consumer research
 - b) Motivation research
 - c) Sales research
 - d) None of this

- 4) _____ is a branch of consumer research.
 - a) Advertisement research
 - b) Motivation research
 - c) Marketing research
 - d) Brand research

- 5) _____ is useful to finding the cause of customer behaviour.
 - e) Motivation research
 - f) Marketing research
 - g) Advertisement research
 - h) None of this.

- 6) Which of the following is not considered a type of reseller?
 - a) Wholesaler
 - b) Retailer
 - c) Manufacturer
 - d) Distributor

- 7) The promotion “P” of marketing is also known as .
- a) Product Differentiation
 - b) Distribution
 - c) Cost
 - d) Marketing Communication
- 8) The extended Ps of service marketing mix are :
- a) People, Product, Place
 - b) Price Physical Evidence, Promotion
 - c) Physical Environment, Process, People
 - d) Product, Process, Physical Environment
- 9) If performance meets consumer expectations, the consumer is ..
- a) delighted
 - b) satisfied
 - c) disappointed
 - d) surprised
- 10) One traditional depiction of marketing activities is in terms of the marketing mix or four Ps.
The four Ps are characterized as being .
- a) product, positioning, place, and price
 - b) product, production, price, and place
 - c) promotion, place, positioning, and price
 - d) Product, price, promotion, and place
- 11) The controllable variables a company puts together to satisfy a target group is called the .
- a) Marketing strategy
 - b) Marketing mix
 - c) Strategic planning
 - d) Marketing concept
- 12) Which of the following is not an element of the marketing mix?
- a) Distribution.
 - b) Product.
 - c) Target market.
 - d) Pricing.
- 13) A further 3Ps are incorporated into the marketing mix:
- a) physical evidence, process and price..
 - b) process people and promotion.
 - c) physical evidence, people and production.
 - d) physical evidence, process and people

- 14) Which of the following involves designing and manufacturing the container or wrapper for a product?
- a) Labeling
 - b) Packaging
 - c) Branding
 - d) Product line
- 15) The basic role of promotion is .
- a) Information
 - b) Manipulation
 - c) Communication
 - d) Interpretation
- 16) Market –oriented firms focus on:
- a) Retailers
 - b) Distributors
 - c) Customers
 - d) Wholesalers
- 17) Price is the only element in the marketing mix that produces:
- a) Fixed cost
 - b) Expense
 - c) Variable cost
 - d) Revenue
- 18) Which of the following is not included in product decisions?
- a) Styling
 - b) Brand name
 - c) Warehousing
 - d) Packaging
- 19) Which of the following takes place at retailer's end?
- a) Promotion
 - b) Placing
 - c) Pricing
 - d) Exchange
- 20) Aggressive selling is a characteristic of which of the following concept of marketing?
- a) Production concept
 - b) Marketing concept
 - c) Selling concept
 - d) Product concept

- 21) Which of the following 4Ps of marketing mix involves decisions regarding channels coverage, assortments, locations, inventories or transports?
- a) Price
 - b) Place
 - c) Product
 - d) Promotion
- 22) Which of the following is not a part of marketing communication mix?
- a) Telemarketing
 - b) Public relations
 - c) Sales promotion
 - d) Advertising
- 23) Avon, Amway, and Tupperware use which of the following forms of channel distribution?
- a) direct marketing channel
 - b) indirect marketing channel
 - c) forward channel
 - d) fashion channel
- 24) Through their contacts, experience, specialization, and scale of operation, usually offer the firm more than it can achieve on its own.
- a) manufacturers
 - b) producers
 - c) direct marketers
 - d) intermediaries
- 25) Makers of televisions, cameras, tires, furniture, and major appliances normally use which of the following distribution channel forms?
- a) direct marketing channel
 - b) indirect marketing channel
 - c) horizontal channel
 - d) synthetic channel
- 26) The skimming, penetration, bargaining and bundling are decided in the _ of the Marketing Mix strategy.
- a) Promotion Decisions
 - b) Price Decisions
 - c) Place Decisions
 - d) Product Decisions

- 27) Distribution of product to get it in the marks refers to which of the following activities?
- a) Selling Activities
 - b) Advertising activities
 - c) Promotion Activities
 - d) Place or distribution activities
- 28) Transporting and storing goods is part of which of the following marketing channel functions?
- a) Negotiation
 - b) physical distribution
 - c) contact
 - d) matching
- 29) Who sells to the customers?
- a) Semi wholesalers
 - b) Wholesalers
 - c) Retailer
 - d) Distributor
- 30) The benefits of marketing channels are _____
- a) Cost saving
 - b) Time saving
 - c) Financial support given
 - d) All of above
- 31) _____ is a layer of intermediaries that performs some work in bringing the product and its ownership closer to the buyer.
- a) A direct marketing channel
 - b) An indirect marketing channel
 - c) A channel level
 - d) A channel switching system
- 32) _____ is a marketing channel that has no intermediary levels.
- a) direct marketing channel
 - b) indirect marketing channel
 - c) forward channel .
 - d) hybrid channel
- 33) A _____ is a set of interdependent organizations involved in the process of making a product or service available for use of consumption by the consumer or business user.
- a) retailer
 - b) wholesaler
 - c) distribution channel
 - d) middleman

- 34) With respect to a channel of distribution, the number of intermediary levels within the channel indicates the _____ of a channel.
- a) width
 - b) depth
 - c) length
 - d) similarity
- 35) The work of setting up objectives for selling activities, determining and scheduling the steps necessary to achieve these objectives is known as _____ width
- a) Selling
 - b) Sales policy
 - c) Sales programme
 - d) Sales planning
- 36) A large marketing intermediary, but not as large as a sole selling agent in terms of size, resources and territory of operation is known as
- a) Wholesaler
 - b) Sole selling agent
 - c) Direct marketing channel
 - d) Semi-wholesalers
- 37) When the manufacturer establishes two or more channels catering to the same market, then _____ occurs.
- a) Vertical channel conflict
 - b) Horizontal channel conflict
 - c) Multichannel conflict
 - d) None of the above
- 38) A distribution channel moves goods and services from producers to consumers. It overcomes the major time, place, and _____ gaps that separate goods and services from those who would use them.
- a) possession
 - b) profit
 - c) image
 - d) psychological
- 39) The customer has to _____ the product.
- a) Distribution
 - b) Ware Housing
 - c) Transport
 - d) Supply chain

- 40) Importance of distribution research .
- a) Increasing distribution efficiency
 - b) Order processing
 - c) Physical distribution
 - d) None of this.
- 41) Distribution is the component of the marketing mix.
- a) 2
 - b) 3
 - c) 1
 - d) 4.
- 42) is an important part of the marketing mix.
- a) Retailer
 - b) Distribution
 - c) Intermediaries
 - d) None of this.
- 43) The will be the process of distribution goods & services to the financial customer.
- a) Supply Chain
 - b) Distribution
 - c) Transportation
 - d) None of this.
- 44) The main purpose of the supply chain
- a) Supply at the right time
 - b) Right place
 - c) Right quality
 - d) All of this.
- 45) The main objective is to awaken the buying motivation of the customers by knowing their buying behavior.
- a) Promotion Research
 - b) Brand Research
 - c) Physical Distribution
 - d) None of this

- 46) _____ Serves to provide consumer with information about product.
- a) Personal Selling
 - b) Advertising
 - c) Direct Marketing
 - d) None of this
- 47) _____ is done for the purpose of customer pursuit.
- a) Media Research
 - b) Distribution Research
 - c) Product Research
 - d) None of this
- 48) The effectiveness of advertising is checked using equipment _____ .
- a) Mechanical
 - b) Checklist Method
 - c) Consumer jury Method
 - d) None of this
- 49) Methods of consumer Research _____ .
- a) Qualitative Method
 - b) Quantitative Method
 - c) Analysis of sales data
 - d) All of this
- 50) _____ are used for advertising.
- a) Newspaper
 - b) Radio
 - c) Internet
 - d) All of this

मराठी माध्यम

- १) बाजारपेठेतील संशोधन समजायला मदत करते
- a) ग्राहकांच्या गरजा
 - बी) विक्री अभ्यास
 - क) विक्री बढती
 - ड) यापैकी काहीही नाही
- २) शोधण्यासाठी ग्राहक संशोधन केले जाते
- अ) खरेदी करण्याची शक्ती
 - ब) खरेदीचे कारण
 - c) ग्राहकांची संख्या
 - ड) यापैकी काहीही नाही
- ३) ग्राहकांची गरज व गरजा शोधण्यात मदत करते.
- अ) ग्राहक संशोधन
 - ब) प्रेरणा संशोधन
 - सी) विक्री संशोधन
 - ड) यापैकी काहीही नाही
- ४) ग्राहक संशोधनाची एक शाखा आहे.
- अ) जाहिरात संशोधन
 - ब) प्रेरणा संशोधन
 - क) विपणन संशोधन
 - ड) ब्रांड संशोधन
- 5) ग्राहकांच्या वर्तनाचे कारण शोधण्यासाठी उपयुक्त आहे.
- अ) प्रेरणा संशोधन
 - ब) विपणन संशोधन
 - क) जाहिरात संशोधन
 - ड) यापैकी काहीही नाही.

- 6) पुढीलपैकी कोणता पुनर्विक्रेता एक प्रकार मानला जात नाही?
- अ) घाऊक विक्रेता
 - ब) विक्रेता
 - सी) उत्पादक
 - ड) वितरक
- 7) विपणनाची जाहिरात "पी" म्हणून देखील ओळखली जाते.
- अ) उत्पादन भेद
 - ब) वितरण
 - सी) किंमत
 - ड) विपणन संप्रेषण
- 8) सेवा विपणन मिश्रित विस्तारित पीएस खालीलप्रमाणे आहेत:
- अ) लोक, उत्पादन, ठिकाण
 - बी) किंमतीचा शारीरिक पुरावा, बढती
 - सी) शारीरिक वातावरण, प्रक्रिया, लोक
 - डी) उत्पादन, प्रक्रिया, शारीरिक वातावरण
- 9) कामगिरीने ग्राहकांच्या अपेक्षांची पूर्तता केली तर ग्राहक _ आहे.
- अ) आनंद झाला
 - बी) समाधानी
 - सी) निराश
 - ड) आश्चर्यचकित
- १०) विपणन क्रियाकलापांचे एक पारंपारिक चित्रण म्हणजे विपणन मिश्रण किंवा चार प.स.
- चार PS असल्याचे वैशिष्ट्यीकृत आहे.
- अ) उत्पादन, स्थान, स्थान आणि किंमत
 - बी) उत्पादन, उत्पादन, किंमत आणि ठिकाण
 - क) जाहिरात, ठिकाण, स्थान आणि किंमत
 - ड) उत्पादन, किंमत, जाहिरात आणि ठिकाण

११) लक्ष्य गट पूर्ण करण्यासाठी कंपनी एकत्र ठेवता येण्याजोग्या व्हेरिफबल्सला म्हणतात

- . अ) विपणन धोरण
- ब) विपणन मिश्रण
- क) धोरणात्मक नियोजन
- ड) विपणन संकल्पना

12) पुढीलपैकी कोणते विपणन मिश्रण घटक नाही?

- अ) वितरण
- ब) उत्पादन.
- क) लक्ष्य बाजार
- ड) किंमत ठरवणे.

१३) आणखी mix पी मार्केटींग मिक्समध्ये समाविष्ट केल्या आहेत:

- क) भौतिक पुरावा, प्रक्रिया आणि किंमत ..
- ब) लोकांवर प्रक्रिया आणि पदोन्नती.
- क) भौतिक पुरावा, लोक आणि उत्पादन.
- ड) शारीरिक पुरावा, प्रक्रिया आणि लोक

१४) उत्पादनासाठी कंटेनर किंवा रॅपरचे डिझाईन तयार करणे व त्यापैकी कोणत्या गोष्टींचा समावेश आहे?

- अ) लेबलिंग
- ब) पॅकेजिंग
- क) ब्रँडिंग
- ड) उत्पादन ओळ

15) पदोन्नतीची मूलभूत भूमिका आहे.

- अ) माहिती
- ब) हाताळणी
- सी) संप्रेषण
- d) व्याख्या

१६) बाजाराभिमुख संस्था यावर लक्ष केंद्रित करतात:

- अ) किरकोळ विक्रेते
- ब) वितरक
- ८) ग्राहक
- ड) घाऊक विक्रेते

१७) विपणन मिश्रणामध्ये किंमत हा एकच घटक आहे जो उत्पन्न करतो:

- अ) निश्चित किंमत
- ब) खर्च
- ८) बदललेली किंमत
- ड) महसूल

18) खालीलपैकी कोणत्या उत्पादनांच्या निर्णयात समाविष्ट नाही?

- अ) स्टार्डिंग
- बी) ब्रांड नाव
- सी) गोदाम
- ड) पॅकेजिंग

19) किरकोळ विक्रेत्याच्या शेवटी खालीलपैकी कोणते स्थान होते?

- अ) पदोन्नती
- ब) ठेवणे
- सी) किंमत ठरवणे
- ड) एक्सचेंज

20) आक्रमक विक्री हे मार्केटींगच्या कोणत्या संकल्पनेचे वैशिष्ट्य आहे?

- अ) उत्पादन संकल्पना
- ब) विपणन संकल्पना
- क) विक्री संकल्पना
- ड) उत्पादन संकल्पना

२१) विपणन मिश्रणाच्या खालील ४ पी मध्ये चॅनेल कव्हरेज, वर्गीकरण, स्थाने, यादी किंवा वाहतुकीसंबंधित निर्णयांचा समावेश आहे?

- अ) किंमत
- ब) ठिकाण
- क) उत्पादन
- ड) पदोन्नती

२२) पुढीलपैकी कोणता विपणन संप्रेषण मिश्रणाचा भाग नाही?

- अ) टेलीमार्केटिंग
- ब) जनसंपर्क
- क) विक्री बढती
- ड) जाहिरात

२३) एव्हन, एम्वे आणि टपरवेअर चॅनेल वितरणाचे खालील प्रकार वापरतात?

- अ) थेट विपणन चॅनेल
- ब) अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल
- क) फॉरवर्ड चॅनेल
- ड) फॅशन चॅनेल

२४) त्यांच्या संपर्काद्वारे, अनुभव, विशेषज्ञता आणि ऑपरेशनच्या प्रमाणात, सामान्यतः टणक स्वतःहून मिळवण्यापेक्षा जास्त ऑफर करते.

- अ) उत्पादक
- ब) उत्पादक
- क) थेट विक्रेते
- ड) मध्यस्थ

२५) दूरदर्शन, कॅमेरे, टायर, फर्निचर आणि प्रमुख उपकरणे तयार करणारे सामान्यतः खालीलपैकी कोणत्या वितरण वाहिनीचा वापर करतात?

- अ) थेट विपणन चॅनेल
- बी) अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल
- सी) क्षैतिज चॅनेल
- डी) कृत्रिम जलवाहिनी

२६) मार्केटिंग मिक्स व्यूहरचनेत _ स्किमिंग, इंटी, बारगेनिंग आणि बंडलिंगचा निर्णय घेण्यात आला आहे.

- अ) पदोन्नतीचे निर्णय
- ब) किंमतीचे निर्णय
- सी) ठिकाणांचे निर्णय
- ड) उत्पादनांचे निर्णय

२७) उत्पादनास गुण मिळण्यासाठी वाटप करणे खालीलपैकी कोणत्या कामकाजाचा संदर्भ आहे?

- अ) विक्री क्रिया
- बी) जाहिरात क्रिया
- सी) बढती क्रिया
- ड) ठिकाण किंवा वितरण उपक्रम

२८) मालाची वाहतूक व साठवण करणे खालीलपैकी कोणत्या विपणन वाहिनीचे कार्य आहे?

- अ) वाटाघाटी
- बी) शारीरिक वितरण
- सी) संपर्क
- डी) जुळणारे

२९) ग्राहकांना कोण विकते?

- अ) अर्ध घाऊक विक्रेते
- ब) घाऊक विक्रेते
- क) विक्रेता
- ड) वितरक

३०) विपणन चॅनेलचे फायदे _

- अ) खर्च बचत
- ब) वेळ वाचवणे
- क) दिलेला आर्थिक पाठिंबा
- ड) वरील सर्व

- 31) मध्यस्थांचा एक स्तर आहे जो उत्पादन आणि त्याची मालकी खरेदीदाराच्या जवळ आणण्यासाठी काही कार्य करतो.
- अ) थेट विपणन चॅनेल
 - ब) एक अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल
 - क) चॅनेल पातळी
 - ड) एक चॅनेल स्विचिंग सिस्टम
- 32) एक विपणन चॅनेल आहे ज्यामध्ये मध्यस्थी पातळी नाही.
- अ) थेट विपणन चॅनेल
 - ब) अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल
 - क) फॉरवर्ड चॅनेल
 - ड) संकरीत वाहिनी
- 33) ए हा परस्पर अवलंबितांचा एक समूह आहे जो ग्राहक किंवा व्यवसाय वापरकर्त्याद्वारे उपभोगाच्या वापरासाठी उत्पादन किंवा सेवा उपलब्ध करून देण्याच्या प्रक्रियेत सामील आहे.
- अ) विक्रेता
 - ब) घाऊक विक्रेता
 - क) वितरण चॅनेल
 - ड) मध्यस्थ
- 34) वितरणाच्या वाहिनीसंदर्भात, चॅनेलमधील मध्यस्थ पातळीची संख्या चॅनेलचे संकेत दर्शवते.
- अ) रुंदी
 - ब) खोली
 - क) लांबी
 - ड) समानता

- 35) विक्रीची कामे करण्यासाठी उद्दीष्टे उभारण्याचे काम, या उद्दीष्टे साध्य करण्यासाठी आवश्यक असलेल्या चरणांचे निर्धारण आणि शेड्यूल करण्याचे काम एक रूंदी म्हणून ओळखले जाते.
- अ) विक्री
बी) विक्री धोरण
क) विक्री कार्यक्रम
ड) विक्रीचे नियोजन
- 36) एक मोठी विपणन मध्यस्थ, परंतु आकार, संसाधने आणि ऑपरेशनच्या क्षेत्राच्या दृष्टीने एकल विक्री एजंट इतकी मोठी नाही.
- अ) घाऊक विक्रेता
ब) एकमेव विक्री एजंट
सी) थेट विपणन चॅनेल
ड) अर्ध-घाऊक विक्रेते
- 37) जेव्हा निर्माता समान बाजारपेठेत दोन किंवा अधिक चॅनेल स्थापित करतो, तेव्हा उद्भवते.
- अ) अनुलंब चॅनेल संघर्ष
ब) क्षैतिज चॅनेल संघर्ष
क) मल्टीचॅनेल संघर्ष
ड) वरीलपैकी कोणतेही नाही
- 38) वितरण चॅनेल वस्तू आणि सेवा उत्पादकांकडून ग्राहकांपर्यंत पोहोचवते. हे मुख्य वेळ, ठिकाण आणि अंतरांवर मात करते जे वस्तू आणि सेवा वापरतात त्यांच्यापासून वेगळे करतात.
- अ) ताब्यात
ब) नफा
क) प्रतिमा
ड) मानसिक

39) ग्राहक उत्पादन आहे.

अ) वितरण

ब) वेअर हाऊसिंग

क) वाहतूक

ड) पुरवठा साखळी

40) वितरण संशोधनाचे महत्त्व.

अ) वितरण कार्यक्षमता वाढविणे

ब) ऑर्डर प्रक्रिया

क) शारिरीक वितरण

ड) यापैकी काहीही नाही.

४१) वितरण हा विपणन मिश्रणाचा घटक आहे.

अ) 2

बी) 3

क) १

ड) 4.

42) विपणन मिश्रणाचा एक महत्त्वाचा भाग आहे.

अ) विक्रेता

ब) वितरण

क) मध्यस्थ

ड) यापैकी काहीही नाही.

43) वित्तीय ग्राहकांना वितरण वस्तू व सेवा देण्याची प्रक्रिया ही असेल.

अ) पुरवठा साखळी

ब) वितरण

क) वाहतूक

ड) यापैकी काहीही नाही.

- 44) पुरवठा साखळीचा मुख्य हेतू
अ) योग्य वेळी पुरवठा
बी) योग्य जागा
c) योग्य गुणवत्ता
ड) हे सर्व.
- 45) ग्राहकांचे त्यांच्या खरेदीचे वर्तन जाणून घेऊन खरेदी करण्याच्या प्रेरणा जागृत करणे हे मुख्य उद्दीष्ट आहे.
अ) पदोन्नती संशोधन
बी) ब्रँड रिसर्च
c) शारीरिक वितरण
ड) यापैकी काहीही नाही
- 46) ग्राहकांना उत्पादनाबद्दल माहिती प्रदान करते.
अ) वैयक्तिक विक्री
बी) जाहिरात
सी) थेट विपणन
ड) यापैकी काहीही नाही
- 47) ग्राहक पाठपुरावा करण्याच्या उद्देशाने केले जाते.
अ) माध्यम संशोधन
ब) वितरण संशोधन
c) उत्पादन संशोधन
ड) यापैकी काहीही नाही
- 48) उपकरणे वापरून जाहिरातीची प्रभावीता तपासली जाते.
अ) यांत्रिकी
ब) चेकलिस्ट पद्धत
c) ग्राहक जूरी पद्धत
ड) यापैकी काहीही नाही

49) ग्राहक संशोधन करण्याच्या पद्धती.

- अ) गुणात्मक पद्धत
- ब) परिमाणात्मक पद्धत
- ॐ) विक्री डेटाचे विश्लेषण
- ड) हे सर्व

50) जाहिरातींसाठी वापरले जातात.

- वर्तमानपत्र
- बी) रेडिओ
- सी) इंटरनेट
- ड) हे सर्व

MODULE 1 AND 2 MCQ BANK

- 1) The----- concept of marketing is based on profit maximization.
 - A. Traditional
 - B. Modern
 - C. Social
 - D. Effectiveness
- 2) ----- the concept of sales is centered around profit.
 - A. Traditional
 - B. Production
 - C. Social
 - D. Exchange
- 3) ----- It means to solve the needs of the customers by taking them into consideration and give the satisfaction
 - A. Goods and Services
 - B. Exchange
 - C. Marketing
 - D. Research
- 4) ----- Marketing is called golden Raj Hans.
 - A. Rural
 - B. Online
 - C. Green
 - D. Tele Marketing
- 5) The ----- concept of marketing is the oldest concept.
 - A. Production
 - B. Goods
 - C. Sales
 - D. Social
- 6) The ____ concept of marketing revolved around artificial classification.
 - A. Traditional
 - B. Modern
 - C. Societal
 - D. Segmentation
- 7) ____concept revolves around the customers.
 - A. Production
 - B. Marketing
 - C. Exchange
 - D. Selling
- 8) ____is the oldest concept of marketing.
 - A. Product
 - B. Exchange
 - C. Production
 - D. Marketing
- 9) ____ Concept of marketing follows product excellence.
 - A. Selling
 - B. Societal
 - C. Product
 - D. Marketing
- 10) Fulfilling social responsibility is one of the essentials of ____ concept

- A. Societal
 - B. Production
 - C. Product
 - D. Exchange
- 11) According to ____ concept, exchange of a product between the seller and the buyer is the central idea of marketing.
- A. Societal
 - B. Production
 - C. Product
 - D. Exchange
- 12) According to ____ concept, consumers will prefer products that are inexpensive and widely available.
- A. Product
 - B. Exchange
 - C. Selling
 - D. Production
- 13) _____ concept states that the consumers will prefer products that offer the best quality, performance or innovative features.
- A. Product
 - B. Exchange
 - C. Selling
 - D. Production
- 14) According to ____ concept, a company has to push its products in market by undertaking selling efforts such as advertising, publicity, salesmanship, sales promotion etc.
- A. Product
 - B. Selling
 - C. Marketing
 - D. Societal
- 15) ____ starts with determining consumer wants and ends with the satisfaction of those wants.
- A. Marketing
 - B. Product
 - C. Selling
 - D. Production
- 16) Organizations, who support ____ concept, work at a balance between the three objectives of company profits, consumer satisfaction and public interest.
- A. Marketing
 - B. Selling
 - C. production
 - D. societal
- 17) ____ ____ is concerned with collecting information about different aspects of marketing.
- A. Promotion research
 - B. Product planning
 - C. Pricing research
 - D. Marketing research
- 18) Product planning implies devising ____ for the markets.

- A. Distribution
 - B. Products
 - C. Promotion
 - D. Pricing
- 19) ___ gives a distinctive and a separate identity to the product.
- A. Selling
 - B. Pricing
 - C. Branding
 - D. Research
- 20) ___ is a personal form of communication.
- A. Advertising
 - B. Publicity
 - C. Sales Promotion
 - D. Personal Selling
- 21) ___ involves short term incentives given by the seller in order to promote the sale of the product in the market.
- A. Advertising
 - B. Publicity
 - C. Sales Promotion
 - D. Public relation
- 22) ___ concept of marketing takes into consideration interest of all the stakeholders of business.
- A. Holistic
 - B. Production
 - C. Traditional
 - D. Exchange
- 23) Sales promotion is ___ term incentives given by the seller in order to promote the sale of the product in the market.
- A. Long
 - B. medium
 - C. standard
 - D. short
- 24) ___ is a non-personal form of mass communication.
- A. Sales Promotion,
 - B. Personal Selling,
 - C. Advertising ,
 - D. Direct Marketing
- 25) Test marketing means introducing a product in a ___ segment of the market.
- A. Large
 - B. Small
 - C. Medium
 - D. Urban
- 26) ___ is the essence of marketing.
- A. Place
 - B. Time
 - C. Exchange
 - D. Money

- 27) ____Marketing recognizes the importance of developing long term relationship with customers.
- A. Customer Relationship
 - B. Green
 - C. Social
 - D. Traditional
- 28) ----- Marketing takes into account the small consumer components of goods and services.
- A. Test
 - B. Minimum / Nicha
 - C. Retail
 - D. Online
- 29) In ----- segmentation, the market are divided on the basis of Regular Customers, Small and Large Customers , Seasonal Customers,
- A. Behavioral
 - B. Purchasing Quantity
 - C. Geographical
 - D. Psychological
- 30) ----- to present and presentation by combining, analyzing and organizing information.
- A. Marketing Management
 - B. Marketing Information Systems
 - C. Marketing Research
 - D. Marketing Division
- 31) ----- Education, religion, caste, creed, language etc. are considered in the segmentation.
- A. Geographical
 - B. Psychological
 - C. Population
 - D. Consumer Behavior
- 32) The purpose of ----- is to study marketing questions and find satisfactory answers to them quickly.
- A. Marketing Information System
 - B. Marketing Research
 - C. Market Segmentation
 - D. Customer Relationship Management
- 33) ----- In this concept Social Welfare, Consumer Satisfaction, Company's profit is considered.
- A. Marketing Concept
 - B. Social Concept
 - C. Sales Concept
 - D. Modern Concept
- 34) Research of potential market size, features, format, and intensity is -----.
- (A) Consumer Research
 - (B) Advertising Research
 - (C) Price Research
 - (D) Market Research
- 35) The purpose of ----- is to find out the image of the company's product in the mind of the customer.

- (A) Commodity Research
- (B) Price Research
- (C) Sales Research
- (D) Advertising Research

36) A reference group consisting of friends, family, relatives, neighbors, family and co-workers are called -----.

- (A) Primary Group
- (B) Secondary Group
- (C) Internal Group
- (D) External Group

37) A reference group consisting of religious, business and trade unions is called -----

- (A) Primary Group
- (B) Secondary Group
- (C) Internal Group
- (D) External Group

38) ----- This is a psychological, social, physical process which includes all the transactions made by the potential consumers after they become aware of the goods and services.

- (A) Consumer behavior
- (b) Market segmentation
- (c) Market research
- (d) Marketing research

39) _____ is the term that is used to describe the combination of the four inputs that constitute the core of a company's marketing system:

- A. The product, and price structure,
- B. The promotion activities and the distribution system.
- C. Customer segmentation and Customer relationship
- D. Marketing mix and marketing strategy

40) A ____ can be defined as anything that is offered for sale in the open market.

- A. Product
- B. Place
- C. Price
- D. promotion

41) _____ includes several sub-variables like product line, product shape, size, colour, ingredients, brand name, trade mark, packaging, labeling, after sale services, guarantees etc

- A. Price mix
- B. Promotion mix
- C. Product mix
- D. Place mix

42) _____ is the exchange value of a product.

- A. Product
- B. Place
- C. Price
- D. promotion

43) The _____ has various sub-variables, such as credit sale, installment payment, discounts, gifts, terms of credit etc.

- A. Price mix
 - B. Place mix
 - C. Product mix
 - D. Promotion mix
- 44) _____ includes all the activities undertaken by an organization to promote its products in the target market.
- A. Price mix
 - B. Place mix
 - C. Product mix
 - D. Promotion mix
- 45) _____ includes sub-variables such as advertising, sales promotion, personal selling, public relation, publicity, direct marketing etc.
- A. Price mix
 - B. Place mix
 - C. Product mix
 - D. Promotion mix
- 46) At the time of market entry low price is charged for the product under the '____ price strategy
- A. payment
 - B. skimming
 - C. penetration
 - D. mixing
- 47) Under ____ the market strategy higher price is charged at the time of introduction.
- A. skimming
 - B. venturing
 - C. penetrating
 - D. piercing
- 48) Product ____ refers to the number of different products the organization offers.
- A. Width
 - B. Length
 - C. Depth
 - D. Consistency
- 49) Product ____ refers to the total number of items in each product category.
- A. Width
 - B. Length
 - C. Depth
 - D. Consistency
- 50) Product ____ explains the number of variants of each product in the line.
- A. Width
 - B. Length
 - C. Depth
 - D. Consistency
- 51) A ____ is a name and/or mark intended to identify the product of one seller and differentiate the product from competing products.
- A. Brand
 - B. Package

- C. Label
 - D. Design
- 52) A ____ is the actual container, covering or wrapper to protect the product.
- A. Brand
 - B. Package
 - C. Label
 - D. Design
- 53) A ____ is the part of a product that carries information about the product and the seller.
- A. Brand
 - B. Package
 - C. Label
 - D. Design
- 54) Product ____ refers to the arrangement of elements that collectively form a product.
- A. Brand
 - B. Package
 - C. Label
 - D. Design
- 55) is the process of identifying and satisfying the needs of the customer.
- A. Marketing
 - B. Sales
 - C. Distribution
 - D. Advertising
- 56) Plays a positive role in solving Marketing problems.
- A. Marketing concept
 - B. Customer behavior
 - C. Product concept
 - D. Customer Relationship
- 57) Method are the analysis and Presentation of all information estimates.
- A. Marketing Information system
 - B. Consumer relationship management
 - C. Marketing opportunities isolation
 - D. Buying process.
- 58) Classification of goods into different groups in different markets means.....
- A. Marketing
 - B. Marketing information system
 - C. Consumer Relationship Management
 - D. Market segmentation
- 59) 5. Means bringing more than one product from a company to Market.
- A. Product mix to market
 - B. Market segmentation
 - C. Promotion mix
 - D. Distribution mix

- 60) Marketing in which goods are environmentally safe is called.....
- Rural
 - Social
 - Event
 - Green
- 61) Marketing for a small segment of the Market is.....
- Niche marketing
 - Marketing mix
 - Brand Expansion
 - Global market
- 62) Segment is useful when a company is operating in different areas of the country
- Psychological
 - Geographical
 - Economic
 - Behavioral
- 63) The concept of is the central concept in which goods are exchanged between sellers and consumers.
- Exchange concept
 - Modern concept
 - Social concept
 - Product concept
- 64) Marketing is the process of selling goods or services by building a business relationship with your customers Telephone.
- Internet
 - Tele
 - Green
 - Event
- 65) The Sales concept is centered around profit.
- Production
 - Societal
 - Traditional
 - Exchange
- 66) Try to increase sales significantly so that customer can buy goods.
- Exchange concept
 - Selling concept
 - Marketing concept
 - Societal concept
- 67) The concept of is called the Holistic marketing concept.
- Social marketing
 - Modern marketing
 - Selling concept
 - product concept
- 68) The Concept of Marketing is the oldest concept.
- Product
 - Selling
 - Societal
 - Modern

- 69) Mix takes into account pricing, base price, borrowing discounts, discounts etc.
- Product
 - Price
 - Distribution
 - Promotion
- 70) When a Manufacturer sells a single product of two or more prices, it is called
- Prestige
 - Duel
 - Skimming
 - Monopoly
- 71) Is the purchase of goods of the same brand from a satisfied customers.
- Brand selection
 - Band Expansion/ Extension
 - Brand equity
 - Brand loyalty
- 72) is the process of diagnosing a customers deeds and requirements through changes in the Marketing environment.
- Marketing Research
 - Marketing information system
 - Marketing segregation
 - Marketing
- 73) The Manufacturer uses a name sign letter figure to identify its good and services, which is called.....
- Branding
 - Band Extension
 - Band Image
 - Brand condition
- 74) Marketing is about increasing Business Marketing by creating strong economics, technical and social interaction and social interaction with various stakeholders.
- Relationship Marketing
 - Perfect Marketing
 - Internal Marketing
 - Social Responsibility
- 75) Information and statistics that have been previously collected and available in published unpublished from are called..... Sources.
- Primary
 - Secondary
 - Internal
 - External
- 76) The purpose of is find out what the image of the company's product is in the eyes of the customer.
- Product Research
 - Primary Research
 - Sales Research
 - Advertising Research

- 77) In segmentation, total population is classified by age, gender, income, family, size, religion, caste, language.
- Societal
 - Geographical
 - Demographic
 - Behavioral
- 78) Adopting legal considerations in Marketing activities considering the balance of the environment and social wellbeing means.....
- Perfect Marketing
 - Event Marketing
 - Societal Responsibility Marketing
 - Green Marketing
- 79) When the symbol name is registered and legally recognized, it is called as.....
- Trade Mark
 - Product Name
 - Brand Name
 - Brand quality
- 80) Information that is not in a ready form and that the researcher has to put a lot of effort into is called.....
- Primary
 - Secondary
 - Internal
 - External
- 81) Marketing is the use of marketing techniques to spread an idea with social interest in mind.
- Public Relation
 - Societal Marketing
 - Rural Marketing
 - Green Marketing
- 82) Marketing is the use of events or ceremonies such as sports competitions, entertainment such as sports, festivals etc.
- Rural Marketing
 - Societal Marketing
 - Event Marketing
 - Green Marketing
- 83) is also called as cause related Marketing.
- The product concept
 - The societal Marketing concept
 - The Marketing concept
 - The selling concept
- 84) is the first step in Marketing Research.
- Setting objectives
 - Creating Research design
 - The Marketing concept
 - The selling concept
- 85) Is one of the techniques of CRM.
- Market segmentation
 - Market Domination

- C. Customer feedback
D. Market Targeting
- 86) Refers to the set of Marketing tools that the firm use to pursue its Marketing objectives in the target Market.
A. Market position
B. Marketing Mix
C. Marketing Research
D. Market coverage
- 87) Is the act of creating a distinct place in the minds of the customers.
A. Positioning
B. Branding
C. Pricing
D. Labeling
- 88) is the form of Multi-level Marketing.
A. Pyramid Marketing
B. Network Marketing
C. Referral Marketing
D. All of these
- 89) Integrated Marketing communication is a..... activity.
A. One time
B. Occasional
C. Continuous
D. Rave
- 90) Fulfilling social responsibility is one of the essentials of concept.
A. Societal
B. Production
C. Product
D. Exchange
- 91) is concerned with collecting information about different aspects of Marketing.
A. Promotion Research
B. Product planning
C. Pricing Research
D. Marketing research
- 92) is the essence of Marketing.
A. Place
B. Time
C. Exchange
D. Money
- 93)is not a component of MIS.
A. Marketing Research
B. internal company records
C. Marketing Intelligence
D. Niche Marketing
- 94) is a psychological factor which influences consumer behavior.
A. Motivation
B. Culture
C. Lifestyle

- D. Occupation
- 95) Relates to physical distribution of goods.
- A. Buying
 - B. Marketing
 - C. Retailing
 - D. Logistics
- 96) Market research is a systematic study of Problems and opportunities in the Market.
- A. General
 - B. Universal
 - C. Specific
 - D. Entire
- 97) is the basis of behavioral segmentation.
- A. Uses rate
 - B. Life style
 - C. Family size
 - D. Social class
- 98) Market segmentation is a Consuming process.
- A. Place
 - B. Segment
 - C. Market
 - D. Time
- 99) The has various sub-variables, such as credit sale, installment payment, discount, gift. Terms of credit etc.
- A. Price mix
 - B. Place mix
 - C. Product mix
 - D. Promotion mix
- 100) An appropriate Marketing mix helps in achieving returns with limited resource.
- A. Minimum
 - B. Maximum
 - C. Marginal
 - D. Trivial
- 101) A is a name and / or Mark intended to identify the product of one seller and differentiate the product from competing products.
- A. Brand
 - B. Packaging
 - C. Label
 - D. Design
- 102) Product Refers to the arrangement of elements that collectively form a product.
- A. Band
 - B. Packaging
 - C. Label
 - D. Design
- 103) During.....stage demand for the product as well as profit increase.
- A. Inception
 - B. Growth

- C. Maturity
 - D. Decline
- 104) is the exchange value of product.
- A. Profit
 - B. Price
 - C. Investment
 - D. Cost
- 105) is the process of Transferring ownership of goods/ service.
- A. Selling
 - B. Marketing
 - C. Advertising
 - D. Purchasing
- 106) According to peter Drucker "The aim of business is to create-----.
- A. Goods
 - B. Competitions
 - C. Customers
 - D. Service
- 107) Create place utility.
- A. Advertising
 - B. Transportation
 - C. Were-housing
 - D. Publicity
- 108) Is the first step in marketing process.
- A. Buying
 - B. Production
 - C. Selling
 - D. Storage
- 109) Marketing recognizes the importance of developing long term relationship with customers.
- A. Customer Relationship
 - B. Green
 - C. Social
 - D. Traditional
- 110) is a cultural factor influencing.
- A. Reference group
 - B. Personality
 - C. Social Status
 - D. Social class
- 111) Buying decision starts with.....
- A. Need identification
 - B. Information search
 - C. Purchase decision
 - D. Evaluating option
- 112) Marketing support system is a co-ordinate collection of data, systems, tools and techniques with supporting software and hardware.
- A. Price
 - B. Decision
 - C. Information
 - D. Dynamic

- 113) A property designed MIS supplies such information which helps in decision Making.
- A. Quality
 - B. Inferiority
 - C. Weak
 - D. Frail
- 114) Group influences attitudes and behavior of a person.
- A. Reference
 - B. Radical
 - C. Royal
 - D. Red cross
- 115) -----Play's an important role in the consumers buying decision process.
- A. Learning
 - B. Segment
 - C. Share Price
 - D. Bank
- 116) Segmentation means the process of the market into smaller groups or segments.
- A. Multiplying
 - B. Dividing
 - C. Adding
 - D. Totaling
- 117) People in the market are in..... stages of readiness to buy a product.
- A. Different
 - B. Similar
 - C. Parallel
 - D. Analogous.
- 118) Consumers buy products with Buying motives.
- A. Similar
 - B. Comparable
 - C. Equivalent
 - D. Different
- 119) is a basis of sociographic segmentation.
- A. Culture
 - B. Income
 - C. Gender
 - D. Occupation
- 120) A can be defined as anything that is offered for sale in the open Market.
- A. Product
 - B. Place
 - C. Price
 - D. Promotion
- 121) Is the exchange value of a product.
- A. Product
 - B. Place
 - C. Price
 - D. Promotion

- 122) includes all the activities undertaken by an organization to promote its products in the target Market.
- A. Price mix
 - B. Place mix
 - C. Product mix
 - D. Promotion mix
- 123) Coined the expression Marketing mix.
- A. Philip kotler
 - B. William Stanton
 - C. Henry fayal
 - D. James cullition
- 124) At the time of Market entry low price is charged for the product under the..... price strategy.
- A. Payment
 - B. Skimming
 - C. Penetration
 - D. Mixing
- 125) Product refers to the total number of items in each product category.
- A. Width
 - B. Length
 - C. Depth
 - D. Consistency
- 126) A Is the part of a product that carries information about the product and the seller.
- A. Brand
 - B. Package
 - C. Label
 - D. Design
- 127) are short cutely phrases that communicate information about the brand.
- A. Slogans
 - B. Logo
 - C. Characters
 - D. Packaging
- 128) During stage consumers start switching over to other brands.
- A. Define
 - B. Maturity
 - C. Growth
 - D. Inception
- 129) In Pricing strategy or variable pricing strategy, the Manufacturer charges different prices to similar customers.
- A. One
 - B. Single
 - C. Flexible
 - D. Odd

130) Marketing ____system consists of people, equipment's and procedures to gather, sort, analyses, evaluate and distribute needed, timely and accurate information to marketing decision makers.

- A. Decision
 - B. Information
 - C. behavior
 - D. segmentation
-

1) विपणनाची ----- संकल्पना ही नफ्याच्या कमालीकरण वर आधारित असते.

- (अ) पारंपरागत
- (ब) आधुनिक
- (क) सामाजिक
- (ड) प्रभावीकरण

2) ----- विक्री संकल्पना ही नफ्याभोवती केंद्रित आहे.

- (अ) पारंपारिक
- (ब) उत्पादन
- (क) सामाजिक
- (ड) विनिमय

3) ----- म्हणजे ग्राहकांच्या गरजा लक्षात घेऊन त्यांचे समाधान करणे होय.

- (अ) वस्तू व सेवा
- (ब) विनिमय
- (क) विपणन
- (ड)संशोधन

4) ----- मध्ये विपणानास सोनेरी राजहंस असे म्हटले जाते.

- (अ) ग्रामीण
- (ब) ऑनलाइन
- (क) हरित
- (ड) टेले मार्केटिंग

- 5) विपणनाची ----- संकल्पना ही सर्वात जुनी संकल्पना आहेत.
(अ) उत्पादन
(ब) वस्तू
(क) विक्री
(ड) सामाजिक
- 6) विपणनाची ____ संकल्पना कृत्रिम वर्गीकरण भोवती फिरते.
(अ) पारंपारिक
(ब) मॉडर्न/ आधुनिक
(क) सामाजिक
(ड) विभाजन/प्रभागीकरण
- 7) ----- संकल्पना ही ग्राहक भोवती फिरते.
(अ) उत्पादन
(ब) विपणन
(क) विनिमय
(ड) विक्री
- 8) ----- ही विपणनाची जुनी संकल्पना आहे.
(अ) वस्तू
(ब) विनिमय
(क) उत्पादन
(ड) विपणन
- 9) विपणनाची----- संकल्पना उत्पादनातील उत्कृष्टतेचे अनुसरण करते.
(अ) विक्री
(ब) सामाजिक
(क) उत्पादन
(ड) मार्केटिंग
- 10) सामाजिक जबाबदारी पूर्ण करणे ____ संकल्पनेची एक अत्यावश्यक बाब आहे.
(अ) सामाजिक
(ब) उत्पादन
(क) वस्तू
(ड) विनिमय

- 11) ___ संकल्पनेनुसार, विक्रेता आणि खरेदीदार यांच्यात उत्पादनाची देवाणघेवाण ही विपणनाची मध्यवर्ती कल्पना आहे.
- (अ) सामाजिक
(ब) उत्पादन
(क) वस्तू
(ड) विनिमय
- 12) ___ संकल्पनेनुसार ग्राहक स्वस्त आणि मोठ्या प्रमाणात उपलब्ध असलेल्या उत्पादनांना प्राधान्य देतील.
- (अ) वस्तू
(ब) विनिमय
(क) विक्री
(ड) उत्पादन
- 13) ___ संकल्पनेत असे म्हटले आहे की ग्राहक उत्कृष्ट गुणवत्ता, कामगिरी किंवा नाविन्यपूर्ण वैशिष्ट्ये देणाऱ्या उत्पादनांच्या वस्तूला प्राधान्य देईल.
- (अ) वस्तू
(ब) विनिमय
(क) विक्री
(ड) उत्पादन
- 14) ___ संकल्पनेनुसार, जाहिरात, प्रसिद्धी, सेल्समॅनशिप, विक्री जाहिरात इत्यादी विक्रीचे प्रयत्न करून एखाद्या कंपनीला आपली उत्पादने बाजारात आणावी लागतात.
- (अ) वस्तू
(ब) विक्री
(क) विपणन
(ड) सामाजिक
- 15) ___ हा संकल्पाने नुसार ग्राहकांच्या इच्छेचे निर्धारण करण्यापासून सुरु होते आणि त्यास इच्छित असलेल्या समाधानाने समाप्त होते.
- (अ) विपणन
(ब) वस्तू
(क) विक्री
(ड) उत्पादन

16) ___ संकल्पनेमध्ये पाठिंबा देणारी संस्था, कंपनी नफा, ग्राहकांचे समाधान आणि लोकहिता या तीन उद्दिष्टांमधील शिल्लक काम करतात.

- (अ) विपणन
- (ब) विक्री
- (क) उत्पादन
- (ड) सामाजिक

17) ___ हि संकल्पना मार्केटींगच्या विविध पैलूंविषयी माहिती गोळा करण्याशी संबंधित आहे.

- (अ) वृद्धि संशोधन
- (ब) वस्तू नियोजन
- (क) किंमत संशोधन
- (ड) विपणन संशोधन

18) उत्पादनांचे नियोजन म्हणजे मार्केटसाठी ___ सुचविणे होय.

- (अ) वितरण
- (ब) वस्तू
- (क) वृद्धि
- (ड) किंमत

19) ----- मुळे वस्तूला विशिष्ट व वेगळी ओळख तयार होते.

- (अ) विक्री
- (ब) किंमत
- (क) मुद्राकन
- (ड) संशोधन

20) ___ संदेश वाहनाचे/संवादाचे स्वरूप आहे.

- (अ) जाहिरात
- (ब) प्रसिद्धी
- (क) विक्री वृद्धि
- (ड) वैयक्तिक विक्री

- 21) बाजारात वस्तू विक्रीला प्रोत्साहन देण्यासाठी विक्रेत्याने दिलेली अल्प मुदतीची भरपाई म्हणजे-----होय.
- (अ) जाहिरात
(ब) प्रसिद्धी
(क) विक्री वृद्धि
(ड) लोक संबंध
- 22) ___ यासंकल्पनेत मार्केटींगची संकल्पना व्यवसायातील सर्व भागधारकांचे हित विचारात घेते.
- (अ) समग्र
(ब) उत्पादन
(क) पारंपारिक
(ड) एक्सचेंज/ विनिमय
- 23) मार्केटमध्ये उत्पादनांच्या विक्रीला प्रोत्साहन देण्यासाठी विक्री जाहिरात ___ प्रोत्साहन देते.
- (अ) दीर्घ
(ब) माध्यम
(क) मानक
(ड) अल्प
- 24) ___ हे जनसंवादाचे एक अवैयक्तिक स्वरूपाचे साधन आहे.
- (अ) विक्री जाहिरात,
(ब) वैयक्तिक विक्री,
(क) जाहिरात,
(ड) प्रत्यक्ष विपणन
- 25) विपणन चाचणी म्हणजे विपनीच्या----- प्रभागामध्ये प्रथम वस्तूचा प्रवेश करणे होय.
- (अ) मोठ्या
(ब) लहान
(क) मध्यम
(ड) ग्रामीण
- 26) ----- हे विपणना साठी आव्यशक आहे.
- (अ) स्थान
(ब) वेळ
(क) विनिमय
(ड) पैसा

- 27) ___ विपणन ग्राहकांशी दीर्घकालीन संबंध विकसित करण्याचे महत्वाचे साधन आहे.
(अ) ग्राहक सह संबंध
(ब) हरित
(क) सामाजिक
(ड) पारंपारिक
- 28) ----- विपणनात वस्तू व सेवांच्या लहान लहान ग्राहक घटकांचा विचार केला जातो.
(अ) चाचणी
(ब) लघुत्तम/ निशा
(क) किरकोळ
(ड) ऑनलाइन
- 29) नियमित ग्राहक, लहान-मोठे ग्राहक, हंगामी ग्राहक असे प्रकार ----- विभागीकरण यामध्ये करण्यात येतात.
(अ) वर्तना नुसार
(ब) खरेदी प्रमाणानुसार
(क) भौगोलिक
(ड) मानसशास्त्रीय
- 30) ----- मध्ये माहिती किंवा त्यांचे एकत्रीकरण, विश्लेषण व संघटन करून सादरीकरण तयार करणे होय.
(अ) विपणन व्यवस्थापन
(ब) विपणन माहिती प्रणाली
(क) विपणन संशोधन
(ड) विपणी प्रभागीकरण
- 31) ----- विभागीकरणात शिक्षण, धर्म, जात, पंथ, भाषा इत्यादी घटकांचा विचार केला जातो.
(अ) भौगोलिक
(ब) मानसशास्त्रीय
(क) लोकसंख्या
(ड) ग्राहक वर्तना नुसार

32) विपणन प्रश्न अभ्यासणे व त्यावर जलद रीतीने समाधानकारकपणे उत्तरे शोधणे हा ----- चा उद्देश आहे.

- (अ) विपणान माहिती पद्धती
- (ब) विपणन संशोधन
- (क) बाजारपेठ प्रभागीकरण
- (ड) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन

33) ----- ह्या संकल्पनेत समाजकल्याण, ग्राहक समाधान, कंपनीचा नफा यांचा विचार केला जातो.

- (अ) विपणन संकल्पना
- (ब) सामाजिक संकल्पना
- (क) विक्री संकल्पना
- (ड) आधुनिक संकल्पना

34) संभाव्य बाजारपेठेचे आकारमान, वैशिष्ट्ये, स्वरूप, तीव्रता अशा घटकांचे संशोधन म्हणजे----- होय.

- (अ) ग्राहक संशोधन
- (ब) जाहिरात संशोधन
- (क) किंमत संशोधन
- (ड) बाजारपेठ संशोधन

35) ग्राहकांच्या नजरेत कंपनीच्या उत्पादनाची प्रतिमा कशी आहेत हे शोधून काढणे हा ----- चा उद्देश असतो.

- (अ) वस्तू संशोधन
- (ब) किंमत संशोधन
- (क) विक्री संशोधन
- (ड) जाहिरात संशोधन

36) मित्र परिवार, नातेवाईक, शेजारी, कुटुंब व सहकारी यांचा समावेश असलेल्या संदर्भ समूहाला ---- म्हणतात.

- (अ) प्राथमिक गट
- (ब) दुय्यम गट
- (क) अंतर्गत गट
- (ड) बहिर्गत गट

37) धार्मिक, व्यवसायिक व कामगार संघटना यांचा समावेश असलेल्या संदर्भ समूहाला -----

म्हणतात

- (अ) प्राथमिक
- (ब) दुय्यम
- (क) अंतर्गत
- (ड) बहिर्गत गट

38) ----- ही मानसशास्त्रीय, सामाजिक, शारीरिक अशी प्रक्रिया असून त्यास संभाव्य व उपभोक्त्यांना वस्तू व सेवा बाबत जाणीव झाल्यानंतर त्यांच्याकडून करण्यात येणाऱ्या सर्व व्यवहारांचा समावेश होतो.

- (अ) ग्राहक वर्तवणूक
- (ब) बाजारपेठ प्रभागीकरण
- क) बाजारपेठ संशोधन
- (ड) विपणन संशोधन

39) _____ हा शब्द कंपनीच्या विपणन प्रणालीचा मुख्य घटक असलेल्या चार निविष्टांच्या संयोगाचे वर्णन करण्यासाठी वापरला जातो:

- अ) उत्पादन आणि किंमतीची रचना
- ब), जाहिरात कार्ये आणि वितरण प्रणाली.
- क) ग्राहक प्रभागीकरण आणि ग्राहक संबंध
- ड) विपणन मिश्रण आणि विपणन धोरण

40) खुल्या बाजारात विक्रीसाठी देऊ केलेली कोणतीही वस्तू म्हणजे_____.

- अ) उत्पादन
- ब) जागा
- क) किंमत
- ड) जाहिरात

41) _____ मध्ये उत्पादनाची ओळख, उत्पादनाचा आकार, साईझ, रंग, साहित्य, ब्रँडचे नाव, व्यापार चिन्ह, पॅकेजिंग, लेबलिंग, विक्री नंतरची सेवा हमी इत्यादी अनेक उप-प्रकार समाविष्ट आहेत.

- अ) किंमत मिश्रण
- ब) जाहिरात मिश्रण
- क) उत्पादन मिश्रण
- ड) स्थान मिश्रण

- 42) _____ उत्पादनाचे विनिमय मूल्य आहे.
- अ) उत्पादन
 - ब) ठिकाण
 - क) किंमत
 - ड) पदोन्नती
- 43) _____ चे विविध उप-चल आहेत, जसे की उधार विक्री, हसेने भरणे, सूट, भेटवस्तू, पत अटी इ.
- अ) किंमत
 - ब) प्लेस मिक्स
 - क) उत्पादन मिक्स
 - ड) प्रमोशन मिक्स
- 44) _____ संघटनेने आपल्या उत्पादनांना लक्ष्य बाजारात प्रोत्साहन देण्यासाठी हाती घेतलेल्या सर्व क्रिया प्रक्रियांचा समावेश होतो.
- अ) किंमत
 - ब) प्लेस मिक्स
 - क) उत्पादन मिक्स
 - ड) प्रमोशन मिक्स
- 45) _____ मध्ये जाहिराती, विक्री वृद्धि, वैयक्तिक विक्री, जनसंपर्क, प्रसिद्धी, थेट विपणन इत्यादी उप-चल समाविष्ट असतात.
- अ) किंमत
 - ब) प्लेस मिक्स
 - क) उत्पादन मिक्स
 - ड) प्रमोशन मिक्स
- 46) नवीन बाजारपेठेत प्रवेशाच्या वेळी ' _____ किंमत धोरणानुसार वस्तूसाठी कमी किंमत आकारली जाते.
- अ) देय
 - ब) मलई काढून
 - क) प्रवेश अवस्थ्या
 - ड) मिक्सिंग अवस्थ्या
- 47) बाजारपेठेच्या व्यूहरचनेचा परिचय देण्याच्या वेळी जास्त किंमत _____ अंतर्गत आकारली जाते.

- अ) स्किमिंग/ मलई काढून
- ब) व्हेचरिंग/धाडशी
- क) भेदक
- ड) छेदन

48) उत्पादनाची _____ म्हणजे संघटना ऑफर करत असलेल्या विविध उत्पादनांची संख्या दर्शवितो.

- अ) रुंदी
- ब) लांबी
- क) खोली
- ड) सुसंगतता

49) प्रत्येक उत्पादन श्रेणीतील वस्तूंची एकूण संख्या उत्पादनाची _____ संदर्भित करते.

- अ) रुंदी
- ब) लांबी
- क) खोली
- ड) सुसंगतता

50) उत्पादनाच्या ओळीतील प्रत्येक उत्पादनाच्या रूपांची संख्या उत्पादनाची _____ स्पष्ट करते.

- अ) रुंदी
- ब) लांबी
- क) खोली
- ड) सुसंगतता

51) _____ असे एक नाव आणि / किंवा चिन्ह आहे ज्याचा हेतू एका विक्रेत्याचे उत्पादन ओळखण्यासाठी आणि उत्पादनास प्रतिस्पर्धी उत्पादनांपेक्षा वेगळे करणे आहे.

- अ) ब्रँड/मुद्रा
- ब) पॅकेज/बांधणी
- क) लेबल/ आवरण
- ड) डिझाइन/रचना

52) उत्पादनाच्या संरक्षणासाठी वास्तविक कंटेनर, आवरण किंवा लपेटणे म्हणजे ----- होय.

- अ) ब्रँड/मुद्रा
- ब) पॅकेज/बांधणी
- क) लेबल/ आवरण
- ड) डिझाइन/रचना

53) _____ हा उत्पादनाचा एक भाग आहे ज्यात उत्पादन आणि विक्रेता याबद्दल माहिती असते.

- अ) ब्रँड/मुद्रा
- ब) पॅकेज/बांधणी
- क) लेबल/ आवरण
- ड) डिझाइन/रचना

54) उत्पादन ____ म्हणजे सामूहिकपणे उत्पादन तयार करणाऱ्या एकत्रित घटकांची मांडणी होय.

- अ) ब्रँड/मुद्रा
- ब) पॅकेज/बांधणी
- क) लेबल/ आवरण
- ड) डिझाइन/रचना

55)म्हणजे ग्राहकांच्या गरजा ओळखून त्यांना समाधानी ठेवण्याची प्रक्रिया होय.

- अ. विपणन
- ब. विक्री
- क. वितरण
- ड. जाहीरात

56) विपणन समस्या सोडविण्यासाठी कडून सकारात्मक भूमिका बजावली जाते.

- अ. विपणन संशोधन
- ब. ग्राहक वर्तणूक
- क. वस्तू संकल्पना
- ड. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन

57)..... म्हणजे सर्व माहिती, आंवाज, मते, विश्लेषण व सादरीकरण होय.

- अ. विपणन माहिती पद्धती
- ब. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन
- क. विपणन संधिचे पृथःकरण
- ड. खरेदी प्रक्रिया

58) वस्तुंचा विविध बाजारपेठेचे विविध गटात वर्गीकरण करणे म्हणजे होय.

- अ. विपणन
- ब. विपणन माहिती पद्धती
- क. ग्राहक संबंध व्यवस्थापन
- ड. बाजारेठ प्रभागिकरण

59)..... म्हणजे कंपनीकडून एकापेक्षा अनेक उत्पादने बाजारपेठेत आणणे होय.

- अ. वस्तू मिश्र
- ब. बाजारपेठ प्रमागीकरण
- क. वृद्धी मिश्र
- ड. विवरण मिश्र

60) ज्या विपणनामध्ये वस्तू पर्यावरणवृष्ट्या सुरक्षित असतात त्यास विपणन म्हणतात.

- अ. ग्रामीण
- ब. सामाजिक
- क. घसा
- ड. हरित

61) बाजारपेठेतील छोट्या घटकासाठी केले जाणारे विपणन म्हणजे होय.

- अ. निश विपणन
- ब. विपणन मिश्र
- क. मुद्रा विस्तार
- ड. जागतिक बाजारपेठ

62) जेव्हा एखादी कंपनी देशाच्या विविध प्रांतामध्ये कार्यरत असते त्यावेळी

प्रभागीकरण उपयुक्त ठरते.

- अ. मानसशास्त्रीय
- ब. भौगोलिक
- क. आर्थिक
- ड. वागणुकीधिष्टीत

63) या संकल्पनेनुसार वस्तूचे विक्रेते आणि ग्राहक यांच्यामध्ये विनिमय होतो ही मध्यवर्ती संकल्पना आहे.

- अ. विनिमय संकल्पना
- ब. अधुनिक संकल्पना

- 74 विविध संबंधीत घटकाशी मजबूत, आर्थिक, तांत्रिक व सामाजिक देवाणघेवाण निर्माण करून व्यवसायाची विपणन वाढ करणे म्हणजे..... होय.
 अ. विपणन संबंध ब. परिपूर्ण विपणन
 क. अंतर्गत विपणन ड. सामाजिक जबाबदारी विपणन
- 75 जी माहिती व आकडेवारी पूर्वी गोळा करण्यात आली आहे. व प्रकाशीत व अप्रकाशीत स्वरूपात उपलब्ध आहे त्यास स्त्रोत म्हणतात.
 अ. प्राथमिक ब. दूयम
 क. अंतर्गत ड. बहिर्गत
- 76 ग्राहकांच्या नजरेत कंपनीच्या उत्पादनांची प्रतिमा कशी आहे हे शोधून काढणे हा उद्देश असतो.
 अ. वस्तू संशोधन ब. किंमत संशोधन
 क. विक्री संशोधन ड. जाहिरात संशोधन
77. विभागीकरणामध्ये एकूण लोकसंख्येचे वय, लिंग, उत्पन्न, कुटुंब, आकार, धर्म, जात, भाषा यानुसार वर्गीकरण केले जाते.
 अ. सामाजिक ब. भौगोलीक
 क. लोकसंख्या ड. वर्तमानुसार
- 78 विपणन क्रियामध्ये कायदेशीर बाबींचा अवलंब करणे, पर्यावरणांच्या संतुलनांचा विचार करणे व सामाजिक सौख्य साधणे म्हणजे होय.
 अ. परिपूर्ण विपणन ब. घटना विपणन
 क. सामाजिक जबाबदारीचे विपणन ड. हरित विपणन
- 79 जेव्हा चिन्हनाम संबंधित कायदानुसार नोंदवून त्यास कायदेशीर मान्यता देण्यात येते तेव्हा त्या चिन्हनामाला म्हणतात.
 अ. व्यापारी चिन्ह ब. उत्पादन नाव
 क. मुद्रा नांव ड. मुद्रा इक्विटी
- 80 जी माहिती तयार स्वरूपात नसते व संशोधकाला त्यासाठी बरेच प्रयत्न करावे लागतात त्यास..... म्हणतात.
 अ. प्राथमिक ब. दुययम
 क. अंतर्गत ड. बहिर्गत
- 81 सामाजिक हित लक्षात घेवून एखादी कल्पना किंवा विचार यांचा प्रसार करण्यासाठी विपणन तंत्राचा वापर केल्यास त्यास म्हणतात.
 अ. जन संपर्क ब. सामाजिक विपणन
 क. ग्रामीण विपणन ड. हरित विपणन
- 82 क्रिडा स्पर्धा, करमणूक, कार्यक्रम, उत्सव, सण या सारख्या प्रसंगांचा किंवा समारंभांचा वापर करून विपणन तंत्राचा वापर करून विपणन जात, असेल तर त्यास म्हणतात.
 अ. ग्रामीण विपणन ब. सामाजिक विपणन
 क. घटना विपणन ड. हरित विपणन

- 83याला कारण संबंधीत विपणन असेही म्हणतात.
अ. उत्पादन संकल्पना ब. सामाजिक विपणन संकल्पना
क. विपणन संकल्पना ड. विक्री संकल्पना
- 84 ही विपणन संशोधनातील पहिली पायरी आहे.
अ. संशोधन उद्दिष्टांची निर्मिती ब. पाठ पुरावा
क. समस्येची व्याख्या करणे ड. संशोधन आराखडा निर्मिती
- 85..... हे ग्राहक संबंध व्यवस्थापनीचे एक तंत्र आहे.
अ. विपणी प्रभागीकरण ब. बाजारपेठ वर्चस्व
क. ग्राहक अभिप्राय ड. बाजारपेठ लक्ष निर्धारण
- 86 लक्ष बाजारपेठेतील आपले विपणन उद्दिष्ट्ये साध्य करण्याकरिता संस्थेद्वारे वापरले जाणारे विपणन साधनसंच म्हणजे..... होय.
अ. बाजारपेठ स्थान निश्चिती ब. विपणन मिश्र
क. विपणन संशोधन ड. बाजारपेठ व्याप्ती
- 87 लक्ष निर्धारित ग्राहकांच्या मनात आपले वेगळे स्थान निर्माण करण्याची कृती म्हणजे होय.
अ. स्थानापन कार्य ब. मुद्रांकन कार्य
क. किंमत निर्धारित ड. माहिती चिड्ठीकरण (Labelling)
- 88 हा बहू पातळी विपणनांचा प्रकार आहे.
अ. मनोरा विपणन ब. नेटवर्क विपणन
क. संदर्भ विपणन ड. यापैकी सर्व.
- 89 एकात्मिक विपणन संज्ञापन कार्य आहे.
अ. एकवेळचे ब. प्रासंगिक
क. सातत्यपूर्ण ड. क्वचित
- 90 सामाजिक जबाबदारी पार पाडणे ही संकल्पनेची एक आवश्यक बाब आहे.
अ. सामाजिक ब. उत्पादन
क. वस्तू ड. विनिमय
- 91 विपणनांच्या विविध पैलुबद्दल माहिती गोळा करणेशी संबंधीत आहे.
अ. वृद्धी संशोधन ब. वस्तू नियोजन
क. किंमत संशोधन ड. विपणन संशोधन
- 92 हे विपणन सार आहे.
अ. ठिकाण ब. वेळ
क. विनिमय ड. पैसा
- 93 या विपणन माहिती प्रणालीचा घटक नाही.
अ. विपणन संशोधन ब. अंतर्गत कंपनी रेकॉर्ड

- क. विपणन बुद्धीमता प्रणाली ड. निश विपणन
- 94 हा एक मानसिक घटक आहे, जो ग्राहकांच्या वर्तनावर परिणाम करतो.
 अ. प्रेरणा ब. संस्कृती
 क. जिवन शैली ड. व्यवसाय
- 95 वस्तुंच्या भौतिक वितरणांशी संबंधीत आहे.
 अ. खरेदी ब. विपणन
 क. किरकोल विक्री ड. पुरवठा
- 96 विपणन संशोधन हा बाजारातील समस्या आणि संधीचा व्यवस्थीत अभ्यास आहे.
 अ. सामान्य ब. सार्वत्रीक
 क. विशिष्ट ड. संपूर्ण
- 97..... हा वर्तनानुसार प्रभागिकरणाचा आधार आहे.
 अ. वापरकर्ता दर ब. जिवन शैली
 क. कौटुंबीक आकार ड. सामाजीक वर्ग
- 98 विपणी प्रभारीकरण हीघेणारी प्रक्रिया आहे.
 अ. ठिकाण ब. प्रभाग
 क. बाजार ड. वेळ
- 99 यामध्ये क्रेडीट कार्ड, हफ्ते भरणे, सूट, भेटवस्तू अटीवरील पत इत्यादी उप-चल असतात.
 अ. किंमत मिश्र ब. ठिकाण मिश्र
 क. वस्तू मिश्र ड. वृद्धी मिश्र
- 100 योग्य विपणन मिश्रण मर्यादित स्रोतासह उत्पन्न मिळवण्यासाठी मदत करते.
 अ. किमान ब. जास्तीत जास्त
 क. सीमांत ड. शूल्लक
- 101..... हे एक नाव किंवा चिन्ह आहे, ज्याचा हेतू एका विक्रेत्याचे उत्पादन ओळखून आणि प्रतिस्पर्धी उत्पादनामधून उत्पादनास वेगळे करणे होय.
 अ. मुद्रा ब. बांधणी
 क. लेबल ड. अराखडा
- 102उत्पादन म्हणजे सामुहीकपणे उत्पादन तयार करणाऱ्या घटकांची मांडणी होय.
 अ. मुद्रा ब. बांधणी
 क. लेबल ड. आराखडा

- 103..... टप्यात उत्पादनांची मागणी तसेच नफयात वाढ होणे.
अ. स्थापना ब. वृद्धी
क. परिपक्वता ड. नाकारणे
- 104..... म्हणजे उत्पादनांचे विनिमय मुल्य होय.
अ. नफा ब. किंमत
क. गुंतवणूक ड. खर्च
- 105..... म्हणजे वस्तू/ सेवांच्या मालकीचे हस्तांतरण प्रक्रिया होय.
अ. विक्री ब. विपणन
क. जाहीरात ड. खरेदी
106. पीटर डकरच्या मते व्यवसायांचे उद्दिष्ट तयार निर्माण करणे.
अ. वस्तू ब. प्रतिस्पर्धी
क. ग्राहक ड. सेवा
- 107..... मुळे ठिकाण उपयुक्तता निर्माण होते.
अ. जाहिरात ब. वाहतूक
क. साठवणूक ड. प्रसिद्धी
- 108..... ही विपणन प्रक्रियेची पहिली पायरी होय.
अ. खरेदी ब. उत्पादन
क. विक्री ड. साठवणूक
- 109..... विपणनाव्दारे ग्राहकांशी दिर्घकालीन संबंध विकासीत करण्याचे महत्व ओळखले जाते.
अ. ग्राहक संबंध ब. हरित
क. सामाजिक ड. पारंपारिक
- 110..... हा एक सांस्कृतिक घटक आहे जो ग्राहकांचा वर्तनावर परिनाम करतो.
अ. संदर्भ गट ब. व्यक्तीमत्व
क. सामाजिक दर्जा ड. सामाजिक वर्ग
- 111.....सहखरेदी निर्णयांचा प्रारंभ होतो.
अ. गरज ओळखणे ब. माहितीचा शोध
क. खरेदी निर्णय ड. मुल्यमापण पर्याय
- 112 विपणन हे समर्थन प्रणाली डेटा, सिस्टीम, व सहायक सॉफ्टवेअर व हार्डवेअर साधने आणि तंत्राचा एक समान्वित संग्रह आहे.
अ. किंमत ब. निर्णय
क. माहिती ड. चैतन्य

- 113 योग्य प्रकारे डिझाईन केलेली विपणन माहिती प्रणाली अशी माहिती पुरवते जी..... निर्णय घेण्यास मदत करते.
अ. दर्जेदार ब. निकृष्ट
क. कमकुवत ड. नाजूक
- 114..... गट एखादया व्यक्तीच्या दृष्टीकोण आणि वर्तणावर प्रभाव पाडतो.
अ. संदर्भ ब. संपूर्ण
क. चांगल्या प्रतिचा ड. लाल फित
- 115..... ग्राहकांच्या खरेदी निर्णय प्रक्रियेत महत्वपूर्ण भूमिका बजावते.
अ. शिकणे ब. प्रभाग
क. भाग मुल्य ड. बँक
- 116 प्रभागीकरण म्हणजे बाजारपेठेचे छोटे गट / विभागामध्ये करण्यांची प्रक्रिया होय.
अ. गुणाकार ब. विभाजन
क. समावेश ड. एकत्रीत
- 117 बाजारपेठेत लोकवस्तू घेण्याच्या तयारीच्या टप्यातील आहेत.
अ. भिन्न भिन्न ब. समान
क. समांतर ड. सारखे
- 118 ग्राहक खरेदी हेतू असलेली उत्पादने खरेदी करतात.
अ. समान ब. तूलनात्मक
क. समतूल्य ड. भिन्न
119. हा समाजशास्त्रीय प्रभागीकरणांचा आधार आहे.
अ. संस्कृती ब. उत्पन्न
क. लिंग ड. व्यवसाय
- 120 खुल्या बाजारात विक्रीसाठी देऊ केली जाणारी कोणत्याही उत्पादनास म्हणतात.
अ. वस्तू ब. ठिकाण
क. किंमत ड. वृद्धी- जाहिरात
- 121..... हे उत्पादनाचे विभिन्न मुल्य असते.
अ. वस्तू ब. ठिकाण
क. किंमत ड. वृद्धी- जाहिरात
- 122..... संघटनेने आपल्या उत्पादनांना लक्ष्य बाजारात प्रोत्साहन देण्यासाठी केलेल्या सर्व क्रियांचा समावेश होते.
अ. किंमत मिश्र ब. ठिकाण मिश्र
क. वस्तू मिश्र ड. विक्री वृद्धी मिश्र
- 123..... यांनी विपणयन मिश्र हा शब्द व्यक्त केला.
अ. फिलीप कोटकर ब. विल्यम स्टॅन्टन
क. हेन्री फेयॉल ड. जेम्स क्यूळीटॉन

- 124 बाजारपेठ प्रवेशांच्या वेळी किंमत व्यूहरचना / डावपेच अंतर्गत उत्पादनासाठी कमी किंमत आकारली जाते.
 अ. देय ब. मलई
 क. भेदभाव ड. मिश्रन
- 125 उत्पादन प्रत्येक उत्पादनाच्या श्रेणीतील एकूण वस्तूची संख्या संदर्भित करते.
 अ. रुंदी ब. लांबी
 ब. खोली ड. सुसंगतता
- 126 हा उत्पादनाच्या एक भाग आहे. ज्यामध्ये उत्पादन आणि विक्रत्याबद्दल माहिती असते.
 अ. मुद्रा ब. बांधणी
 क. सर्वेक्षण ड. आराखडा
- 127 म्हणजे मुद्रेबाबत माहिती देणारे लहान मोहक वाक्य आहे.
 अ. घोषवाक्य ब. चिन्ह
 क. वर्ण ड. बांधणी
128. अवस्थेत ग्राहक इतर ब्रॅंडसवर बंदी करण्यास सुरुवात करतात.
 अ. गिरावट ब. परिपक्वता
 ब. वृद्धी (वाढ) ड. स्थापना
- 129..... किंमतीची रणनीली किंवा चल मुल्य धोरणात उत्पादक समान ग्राहकांना वेगवेगळ्या किंमती आकारतो.
 अ. एक ब. एकल
 क. लवचिक ड. विलक्षण
- 130 विपणन _____ प्रणालीमध्ये विपणन निर्णय घेणार्या लोकांना आवश्यक, वेळेवर आणि अचूक माहिती गोळा करणे, क्रमवारी लावणे, विश्लेषण करणे, मूल्यमापन करणे आणि वितरण करणे यासारख्या लोक, उपकरणे आणि कार्यपद्धती असतात.
 अ) निर्णय ब) माहिती
 क) वर्तन ड) विभाजन

Module III

1. The concept Sales research includes _____.
 a. Sales forecasting
 b. Advertising
 c. Packaging.
 d. Branding
2. Sales analysis by _____ is preferred by those companies producing

and marketing a wide range of products and services.

- a. Territory
- b. Product
- c. Order size
- d. Customers

3. Sales analysis by ____ helps to separate wholesale and retail buyers.

- a. Customers
- b. Order size
- c. Territory
- d. Product

4. Sales analysis by _____ helps the company to consolidate position in favourable market.

- a. Customer
- b. Area-wise
- c. Order size
- d. Product

5. Sales forecasting is a branch of _____.

- a. Product Research
- b. Promotion Research
- c. Brand Research
- d. Sales Research

6. Sales force method of sales forecasting is also called as _____.

- a. Opinion method
- b. Users' expectations
- c. The grass root approach
- d. Executive Judgement

7. _____ method uses company's planned market share as a basis for sales forecasting.

- a. Industry forecast
- b. Profit forecast
- c. Market share
- d. Opinion method

8. The sales analysis can be made on the basis of _____.

- a. Advertising

- b. Publicity
- c. Product
- d. Grading

9. _____ helps in estimating potential demand for new product.

- a. Sales research
- b. Advertising research
- c. Media research
- d. Product research

10. _____ helps in estimating future sales of the product.

- a. Media esearch
- b. Advertising Research
- c. Sales Research
- d. Supply Chain Research

11. Indian rural markets are _____ in nature.

- a. Homogeneous
- b. Heterogeneous
- c. Concentrated
- d. Reachable

12. The transportation infrastructure is very --- in rural India.

- a. Adequate
- b. Good
- c. Poor
- d. Smooth

13. As per 2011 census, rural population accounts for _____ of the total population.

- a. 48%
- b. 58%
- c. 68%
- d. 78%

14. Indian Rural Markets are _____ over more than 5 lakh villages.

- a. scattered
- b. concentrated
- c. diversified
- d. Limited

15. National Rural Employment Guarantee Scheme guarantees minimum _____ days of employment to one member of every household.

- a. 60

- b. 90
- c. 100
- d. 120

16. _____ channel of distribution is very difficult to operate in rural markets.

- a. Longer
- b. Direct
- c. Multiple
- d. Indirect

17. Indian rural consumer is very price _____.

- a. conscious
- b. sensitive
- c. indifferent
- d. unconscious

18. Indian Rural Markets are developing because of _____.

- a. Government support
- b. Problems in Communication
- c. Inadequate Warehousing Facility
- d. Improper Road Condition

19. Rural markets offer good opportunity to _____ brands.

- a. Foreign
- b. National
- c. Local/Regional
- d. Out of Fashion

20. _____ are emerging as means of advertising and supply goods in rural areas.

- a. Railways
- b. Trucks
- c. Company delivery vans
- d. Aeroplane

21. Compared to rural area, people from urban area are _____ in their response.

- a. more aggressive
- b. non-participating
- c. more brand conscious
- d. illiterate

22. For conducting primary research in rural areas _____ is more

convenient and suitable.

- a. Personal interview
- b. Group interview
- c. Focussed group interview
- d. Observation

23. PRA stands for _____.

- a. Project Rural Appraisal
- b. Participant Rural Appraisal
- c. Participatory Rural Appraisal
- d. Participatory Rural Account

24. Research Tools are also known as _____.

- a. Research instruments
- b. Research documents
- c. Research methods
- d. Research design

25. Internet, library are examples of _____.

- a. Primary source
- b. Secondary source
- c. Secondary data
- d. primary and secondary source

26. Score card is used in research to _____.

- a. keep record of progress
- b. provide feedback
- c. keep the research on proper track
- d. monitor research work

27. Schedule used to collect data about opinion, preference of respondent is called _____.

- a. Rating scale
- b. Rating schedule
- c. Attitude Test
- d. Document schedule

28. Rating scale provide answers to those questions which cannot be answered _____.

- a. subjectively
- b. clearly
- c. simply
- d. objectively

29. Opinion polls are based on _____.

- a. Single questions
- b. Double barrel questions
- c. Structured questions
- d. Multiple questions

30.SPSS stands for _____.

- a. Statistical Package for the Social Science
- b. Statistical Package for the Social Study
- c. Statistical Package for the Scientific Study
- d. Statistical Package for Social Survey

31. R foundation was created by _____.

- a. Ross Ihaka
- b. Robert Gentleman
- c. Ross Ihaka and Robert Gentleman
- d. Robert Mayo

32. Demand in rural markets depends on _____ production.

- a. agricultural
- b. industrial
- c. business
- d. foreign

33. _____ are formed by certain nations for their mutual benefit and economic development.

- a. Trading blocs
- b. MNCs
- c. WTO
- d. International Forums

34. International market is dominated by _____.

- a. MNCs
- b. Domestic corporations
- c. Government companies
- d. Small Corporations

35. _____ are imposed to restrict imports.

- a. Subsidy
- b. Tariff
- c. Exchange regulations
- d. Shipping Formalities

36. Secondary data is _____.

- a. Accurate

- b. Reliable
- c. Easily Available
- d. Original

37. Non-response from respondent means _____.

- a. Negative reply
- b. Incomplete reply
- c. Unwilling to reply
- d. Inaccurate reply

38. The 'Emic' school of thought believes that _____.

- a. Each country is unique in culture
- b. Each country is unique politically
- c. Each country is universal in attitude
- d. Each country is unique in economy

39. _____ is essential for multinational companies.

- a. Local market study
- b. Product research
- c. Pricing research
- d. Global marketing research

40. Conducting overseas marketing research in different countries poses many challenges to researchers one of them is _____.

- a. Easy availability of data
- b. Willingness of respondents to reply
- c. Sampling Issues
- d. Adequate infrastructure

MODULE 3 MARATHI TRANSLATION

मराठी अनुवाद

१. विक्री संशोधन संकल्पनेत _____ चा समावेश होतो.

- अ. विक्री भाकीत

- ब. जाहिरात
- क. संवेस्टन
- ड. मुदांकन

२. विविध प्रकारच्या वस्तू आणि सेवा उत्पादित व पुरविणार्या कंपन्या _____ च्या आधारे विक्री विश्लेषण करण्यास प्राधान्य देतात.

- अ. प्रदेश
- ब. वस्तू
- क. मागणी आकार
- ड. ग्राहक

३. _____ च्या आधारे केलेले विक्री विश्लेषण घाऊक आणि किरकोळ ग्राहक यांना वेगळे करण्यास मदत करते.

- अ. ग्राहक
- ब. मागणी आकार
- क. प्रदेश
- ड. वस्तू

४. _____ नुसार विक्री विश्लेषण कंपनीला अनुकूल बाजारपेठेत स्थान घट्ट करण्यास मदत करते.

- अ. ग्राहक
- ब. प्रदेश
- क. मागणी आकार
- ड. वस्तू

५. विक्री भाकीत ही _____ ची शाखा आहे.

- अ. वस्तू संशोधन
- ब. विक्री वृद्धी संशोधन
- क. बोधचिन्ह संशोधन
- ड. विक्री संशोधन

६. विक्री भाकीत करण्याच्या विक्रेते पद्धतीला _____ असे म्हणतात.

अ. मत पद्धत

ब. वापरणार्यांची अपेक्षा(युजर्स एक्सपेक्टेशन

क. ग्रास रुट अप्रोच

ड. अधिकारी निकाल

७. _____ पद्धत कंपनीच्या नियोजित बाजारपेठ वाट्याचा आधार घेऊन विक्री भाकीत करते.

अ. उद्योग भाकीत

ब. नफा भाकीत

क. बाजारपेठ वाटा

ड. मत पद्धत

८. विक्री भाकीत _____ च्या आधारे करता येऊ शकते.

अ. जाहिरात

ब. प्रसिद्धी

क. वस्तू

ड. प्रतवारी

९. नवीन वस्तूच्या संभाव्य मागणीचा अंदाज घेण्यासाठी _____ ची मदत होते.

अ. विक्री संशोधन

ब. जाहिरात संशोधन

क. माध्यम संशोधन

ड. वस्तू संशोधन

१०. _____ मुळे वस्तूच्या भविष्यकालीन विक्रीचा अंदाज बांधता येतो.

अ. माध्यम संशोधन

ब. जाहिरात संशोधन

क. विक्री संशोधन

ड. पुरवठा साखळी संशोधन

११. भारतीय ग्रामीण बाजारपेठेचे स्वरूप _____ आहे.

- अ. एकसंध
- ब. वैविध्यपूर्ण
- क. लक्षित
- ड. पोहोचण्या जोगे

१२. ग्रामीण भारतात वाहतूक सुविधा अतिशय _____ आहे.

- अ. पुरेशी
- ब. चांगली
- क. खराब
- ड. सुरळीत

१३. २०११ च्या जनगणना अहवालानुसार, ग्रामीण लोकसंख्या एकूण लोकसंख्येच्या _____ इतकी आहे.

- अ. ४८%
- ब. ५८%
- क. ६८%
- ड. ७८%

१४. भारतीय ग्रामीण बाजारपेठा ५ लाखांपेक्षा जास्त खेड्यांमध्ये _____ आहेत.

- अ. विखुरलेल्या
- ब. लक्षित
- क. वैविध्यपूर्ण
- ड. मर्यादीत

१५. राष्ट्रीय रोजगार हमी योजना घरातील एका सभासदाला कमीतकमी _____ दिवस रोजगार देण्याची हमी देते.

- अ. ६०
- ब. ९०
- क. १००

ड. १२०

१६. ग्रामीण बाजारपेठेत वितरणाची ___ साखळी वापरणे अतिशय अवघड आहे.

अ. लांब

ब. प्रत्यक्ष

क. विविध

ड. अप्रत्यक्ष

१७. भारतीय ग्रामीण ग्राहक किमतीच्या बाबतीत ___ आहेत.

अ. जाणीव असलेले

ब. संवेदनशील

क. उदासीन

ड. जाणीव नसलेले

१८. भारतीय ग्रामीण बाजारपेठांचा विकास होत आहे कारण ___.

अ. सरकारी पाठिंबा

ब. संज्ञापनातील समस्या

क. अपूरी गोदाम सुविधा

ड. रस्त्यांची खराब अवस्था

१९. ___ वस्तूंना ग्रामीण बाजारपेठेत चांगली संधी आहे.

अ. परदेशी

ब. राष्ट्रीय

क. स्थानिक/ प्रादेशिक

ड. फ्याशन बाह्य

२०. ग्रामीण भागात जाहिरात आणि वस्तू पुरवठा चे उदयोन्मुख साधन ___ हे आहे.

अ. रेल्वे

ब. ट्रक

क. कंपनी डिलिवरी व्ह्यान

ड. विमान

२१. ग्रामीण ग्राहकांशी तुलना करता, शहरी ग्राहक प्रतिक्रियेबद्दल ____ आहेत.

अ. अधिक आग्रही

ब. असहभागी

क. ब्रँड ची अधिक जाणीव असलेले

ड. अशिक्षित

२२. ग्रामीण भागाचे प्राथमिक संशोधन करण्यासाठी ____ अधिक सोयीस्कर आणि उपयुक्त आहे.

अ. वैयक्तिक मुलाखत

ब. गट मुलाखत

क. लक्षित गट मुलाखत

ड. निरीक्षण

२३.. पी. आर. ए. (PRA) म्हणजे ____.

अ. Project Rural Appraisal

ब. Participant Rural Appraisal

क. Participatory Rural Appraisal

ड. Participatory Rural Account

२४. संशोधन साधनांना ____ असे म्हणतात.

अ. रिसर्च इन्स्ट्रुमेंट

ब. रिसर्च डॉक्युमेंट्स

क. रिसर्च मेथड्स

ड. रिसर्च डिझाईन

५. इंटरनेट, लायब्ररी ही ____ ची उदाहरणे आहेत.

अ. प्राथमिक स्रोत

ब. दुय्यम स्रोत

क. दुय्यम माहिती

ड. प्राथमिक आणि दुय्यम

२६. स्कोअर कार्ड चा वापर ____ साठी केला जातो.

- अ. प्रगतीची नोंद ठेवण्यासाठी
- ब. अभिप्राय देण्यासाठी
- क. संशोधन योग्य मार्ग ठेवण्यासाठी
- ड. संशोधन कामावर लक्ष ठेवण्यासाठी

२७. ज्या शेड्युल चा वापर प्रतिक्रिया देणाऱ्यांची मते, प्राधान्य याबद्दल माहिती देण्यासाठी केला जातो त्यास ____ म्हणतात.

- अ. रेटिंग स्केल
- ब. रेटिंग शेड्युल
- क. दृष्टीकोण चाचणी
- ड. रेटिंग कागदपत्रे

२८. ज्या प्रश्नांची उत्तरे ____ देता येत नाहीत अशा प्रश्नांची उत्तरे रेटिंग स्केल देते.

- अ. विषयासक्त
- ब. स्पष्ट
- क. साधेपणाने
- ड. वस्तुनिष्ठ

२९. ओपिनियन पोल ____ वर आधारित आहे.

- अ. एकच प्रश्न
- ब. डबल ब्यारल प्रश्न (double barrel)
- क. संरचित प्रश्न
- ड. विविध प्रश्न

३०. SPSS म्हणजे _____.

- अ. Statistical Package for the Social Science
- ब. Statistical Package for the Social Study
- क. Statistical Package for the Scientific Study
- ड. Statistical Package for the Social Survey

३१. 'R Foundat i on' ची स्थापना _____ ने केली.

अ. Ross Ihaka

ब. Robert Gentl eman

क. Ross Ihaka and Robert Gentl eman

ड. Robert Mayo

३२. ग्रामीण बाजारपेठेतील मागणी _____ च्या उत्पादनावर अवलंबून असते.

अ. शेती

ब. उद्योग

क. व्यवसाय

ड. परदेशी

३३. एकमेकांचा फायदा आणि आर्थिक विकास याकरिता विशिष्ट देशांनी _____ स्थापन केले आहेत.

अ. व्यापारी गट

ब. बहुराष्ट्रीय कंपन्या

क. जागतिक व्यापार संघटना

ड. आंतरराष्ट्रीय मंडळ

३४. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेवर _____ चे वर्चस्व आहे.

अ. बहुराष्ट्रीय कंपन्या

ब. घरगुती मंडळे

क. सरकारी कंपन्या

ड. लघु मंडळे

३५. आयात मर्यादित करण्यासाठी _____ लादली जातात.

अ. अनुदान

ब. जकाती नियंत्रणे

क. विनिमय नियम

ड. शिपिंग कार्यपद्धती

३६. दुय्यम माहिती हि _____ असते.

अ. अचूक

ब. विश्वासाह

क. सहज उपलब्ध

ड. मूळ

३७. प्रतिक्रिया देणार्या कडून प्रतिक्रिया नसणे म्हणजे _____.

अ. नकारात्मक उत्तर

ब. अपूर्ण उत्तर

क. उत्तर देण्याची अनीच्छा

ड. चूक उत्तर

३८. इमिक स्कूल ऑफ थॉट (Emic School of Thought) _____ वर विश्वास आहे.

अ. प्रत्येक देशाची संस्कृती अद्वितीय आहे.

ब. प्रत्येक देशाचे राजकारण अद्वितीय आहे.

क. प्रत्येक देशाचा दुष्टिकोन अद्वितीय आहे.

ड. प्रत्येक देशाची अर्थव्यवस्था अद्वितीय आहे.

३९. बहुराष्ट्रीय कंपन्यांसाठी _____ आवश्यक आहे.

अ. स्थानिक बाजारपेठ अभ्यास

ब. वस्तू संशोधन

क. किंमत संशोधन

ड. जागतिक बाजारपेठ संशोधन

४०. विविध देशात परदेशी बाजारपेठ संशोधन करताना अनेक आवाहने आहेत त्यापैकी एक _____ आहे.

अ. माहितीची सहज उपलब्धता

ब. प्रतिक्रिया देणार्यांची उत्तर देण्याची इच्छा

क. नमुना निवड समस्या

ड. पुरेश्या सुविधा

MODULE 3 AND 4

- 1) ----- In this method the price of the item is kept very high at the beginning and then it is gradually reduced.
 - (A) Marginal price
 - (B) Skimming Price
 - (C) No Profit No Loss
 - (D) Monopoly Price

- 2) Creating a different and effective image in the mind of the customer means -----.
 - (A) Brand Equity
 - (B) Brand Expansion
 - (C) Brand Location
 - (D) Brand Modification

- 3) If a customer is constantly buying a single Brand item, it is called -----.
 - (A) Brand Expansion
 - (B) Brand Equity
 - (C) Brand Loyalty
 - (D) All of These

- 4) Under ----- mix, these factors like price strategy, original price, on credit, discount, free gift etc. are considered.
 - (A) Price
 - (B) Goods And Services
 - (C) Delivery
 - (D) Increase In Sales

- 5) Giving this extra goods or Free gifts at the usual price means -----.
 - (A) Gift Item Scheme
 - (B) Premium Scheme
 - (C) Exchange Scheme
 - (D) All Of These

- 6) Trying to create a different and effective image of your product in the minds of the customers as compared to other competitors is -----.
 - (A) Brand
 - (B) Brand Extension
 - (C) Positioning
 - (D) Brand Equity

- 7) "Give old and buy new" is done in this stage of Product Life Cycle.
 - (A) Entry Stage

- (B) Market Acceptance Stage
- (C) Maturity Stage
- (D) Decline and End Stage

8) Producers try to increase sales by giving maximum commission and concessions to intermediaries are called -----.

- (A) Push Back
- (B) Push Forward
- (C) Brand Position
- (D) Brand Equity

9) ----- is the exchange value of a product.

- (A) *Product*
- (B) *Place*
- (C) *Price*
- (D) *Promotion*

10) Product----- refers to the number of different products the organization offers.

- (A) Width
- (B) length
- (C) depth
- (D) Consistency

11) If ----- people are aware about the brand then equity would be more.

- (A) few
- (B) Intelligent
- (C) less
- (D) More

12) A ----- Level channel is one in which there are no intermediaries.

- (A) Zero
- (B) One
- (C) Two
- (D) three.

13) ----- when registered becomes a trade mark.

- (A) Brand
- (B) Product
- (C) Trademark
- (D) warranty

14) ----- marketing expert coined the expression marketing Mix.

- (A) Philip kotlar
- (B) William Stanton
- (C) Henry Fayal
- (D) James culliton.

15) During ----- stage the product is launched in the new market.

- (A) Inception

- (B) Growth
- (C) Maturity
- (D) Decline

16) During ----- stage consumer's start switching over to other brand goods.

- (A) Inception
- (B) Growth
- (C) maturity
- (D) decline

17) ----- is a way of actual physical distribution.

- (A) Ways of Distribution
- (B) Logistics
- (C) Sales
- (D) Direct Marketing

18) . ----- refers to the extra incentives that the channel intermediaries get to stock and promote the products.

- a. Pull incentives,
- b. Extra Credit Period
- c. Push Commission
- d. Rewards

19) The main objective of advertising is to -----

- a. Increase Market Share
- b. create awareness
- c. increase sales
- d. increase profits

20) ----- involves preparing and placing attractive displays of a new product.

- a. Public Relations
- b. Merchandising
- c. Salesmanship
- d. Sales Promotion

21) ----- system takes place when two or more stages of a distribution channel are combined and managed by one firm.

- a. Horizontal Marketing,
- b. Third Party Logistics
- c. Vertical Marketing
- d. Direct Marketing
- e.

22) ----- is a form of consumer-oriented promotion techniques.

- a. Performance Reward
- b. Trade discount

- c. Exchange offers
 - d. Dealer conferences
- 23) ----- facilitates detailed information to the prospective customers.
- a. Publicity
 - b. advertising
 - c. sponsorships
 - d. Trade fairs
- 24) -----helps in protecting the goods from damage during transportation.
- a. Branding
 - b. Packaging
 - c. Insurance
 - d. Labelling
- 25) ----- is an unpaid form of promotion-mix.
- a. Direct Marketing
 - b. Advertising
 - c. Publicity
 - d. Salesmanship
- 26) ----- channel is also called as 'zero-level' marketing channel.
- a. Vertical
 - b. Indirect
 - c. Multi-level
 - d. Direct
- 27) ----- marketing system is an arrangement whereby two or more firms at the same level join together for marketing purposes to capitalize on a new opportunity.
- a. Vertical
 - b. Horizontal
 - c. Multi-Level
 - d. Direct
- 28) A ----- of distribution is the route taken by the title to the product as it moves from the producer to the ultimate consumer or industrial user.
- a. Highway
 - b. Canal
 - c. Channel
 - d. Place

- 29) A----- level channel is one in which there are no intermediaries.
- Zero
 - One
 - Two
 - Three
- 30) ----- is defined as “Any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods and services by an identified sponsor”.
- Personal Selling
 - Sales Promotion
 - Direct Marketing
 - Advertising
- 31) . ----- is the personal communication of information to persuade someone to buy something.
- Personal Selling
 - Sales Promotion
 - Direct Marketing
 - Advertising
- 32) . ----- are short –term incentives like discounts, sample etc. to stimulate demand for the product.
- Personal Selling
 - Sales Promotion
 - Direct Marketing
 - Advertising
- 33) . ----- promotional tools are those tools directed towards the intermediaries like the wholesalers and retailers in order to motivate them to stock the manufacturer’s brand and resell it to the consumers.
- Trade
 - Sales Force
 - Consumers
 - Manufacturer
- 34) ----- promotion tools are useful in gathering business leads, motivating sales force to greater effort and to aggressively push the product in the market to increase sales.
- Trade
 - Sales Force
 - Consumers
 - Manufacturer

- 35) ----- involve a variety of programmes designed to promote or protect the company's image or its individual products.
- Personal Selling
 - Sales Promotion
 - Direct Marketing
 - Public Relations
- 36) Marketing channels form a sub-variable of ----- mix.
- place
 - price
 - promotion
 - product
- 37) Marketing ----- creates time, place and possession utilities.
- plan
 - department
 - channel
 - idea
- 38) Promotion mix is also called ----- mix.
- place
 - communication
 - price
 - marketing
- 39) ----- selling is used in case of complex and expensive products and in markets with fewer buyers.
- Aggressive
 - Forceful
 - Public
 - Personal
- 40) Advertising is ----- nature.
- non-personal
 - personal
 - special
 - private
- 41) ----- awards are given to those customers who are loyal to the organisation.
- Jury
 - National
 - State

d. Patronage

- 42) A ----- is an assurance given about the quality of a product sold.
- a. promise
 - b. warranty
 - c. statement
 - d. logo
- 43) In _____, companies sell their products directly to the consumers by eliminating intermediaries from the channel of distribution.
- a) Personal selling
 - b) Sales promotion
 - c) Direct marketing
 - d) Public relation
- 44) _____ channel of distribution is an arrangement wherein two or more producers at the same level join together for marketing their products.
- a) Vertical
 - b) Horizontal
 - c) Multi-level
 - d) Direct
- 45) _____ is not component of supply chain management.
- a) Inventory management.
 - b) Warehousing
 - c) Return of goods
 - d) research
- 46) _____ is not the element of promotion.
- a) Sale promotion
 - b) Direct marketing
 - c) Advertising
 - d) Research
- 47) _____ is not the component of sale management.
- a) Recruiting sales people
 - b) Sale planning
 - c) Motivating sales people
 - d) Research

- 48) ____ is the first step in personal selling.
- a) Prospecting
 - b) Approach
 - c) Presentation
 - d) Follow-up
- 49) Integrated Marketing communication is a ____ approach of communication.
- a) Unified
 - b) Diversified
 - c) Physical qualities
 - d) Neutral
- 50) ____ helps the company to create a separate and a distinct image for its brand.
- a. Research
 - b. Advertising
 - c. Transporting
 - d. Handling
- 51) . ____ advertising involves low cost items calendars, key chain etc. bearing company name.
- a. Social
 - b. Political
 - c. Speciality
 - d. Green
- 52) In telemarketing the manufacturer directly reaches the consumer on ____.
- a. Internet
 - b. WhatsApp
 - c. Telephone
 - d. Radio
- 53) Marketing channels transfer the ownership of goods from producer to ____.
- a. Consumer
 - b. Investor
 - c. Employees
 - d. Managers
- 54) ____ refers to providing multiple logistics services to consumer.
- a. Horizontal Marketing System
 - b. Multi- Channel Marketing

- c. Third Party Delivery Channel
- d. Multi-level Marketing

- 55) _____ relates to physical distribution of goods.
- a. Logistics
 - b. Branding
 - c. Pricing
 - d. Grading
- 56) The choice of a particular channel does not depend on_____.
- a. Customer characteristics
 - b. Product characteristics
 - c. Supplier characteristics
 - d. Middlemen characteristics
- 57) _____ improve distribution efficiency due to their specialisation.
- a. Channels
 - b. Machineries
 - c. Computers
 - d. Accessories
- 58) _____ refers to the activity of moving items within plants, warehouse, transportation etc.
- a. Inventory Management
 - b. Packaging
 - c. Material Handling
 - d. Material Planning
- 59) . _____ is a non paid form which is provided through news and editorials by the mass media.
- a. Publicity
 - b. Advertising
 - c. Public Relations
 - d. Sponsorship
- 60) -----management is a business discipline which is focused on the practical application of sales techniques.
- a. Production
 - b. Financial
 - c. Inventory
 - d. Sales
- 61) _____ is a monetary incentive to motivate sales staff.

- a. Bonus
 - b. Welfare facilities
 - c. Appreciation
 - d. Higher status
- 62) _____ is also known as face to face selling.
- a. Direct Marketing
 - b. Personal Selling
 - c. Indirect Marketing
 - d. Sponsorship
- 63) _____ enable companies to market their products in a socially responsible manner.
- a. Marketing ethics
 - b. Marketing Strategy
 - c. Marketing Procedure
 - d. Marketing Channels
- 64) _____ is an ethical marketing practice.
- a. Product Counterfeiting
 - c. Adulteration
 - d. Unnecessary Hoarding
 - d. Fair Advertising
- 65) Niche marketers target _____.
- a. Mass Market
 - b. Small Segment
 - c. International Market
 - d. Regional Market
- 66) Advertisers make use of _____ media for promoting products in rural areas.
- a. Local
 - b. Regional
 - c. Conventional
 - d. Non- conventional
- 67) _____ marketing takes into account preservation and conservation of the natural environment.
- a. Digital Marketing
 - b. Rural Marketing
 - c. Green Marketing
 - d. Mobile Marketing
- 68) _____ makes use of SMS to promote products.
- a. Indirect Marketing
 - b. Mobile Marketing
 - c. Rural Marketing
 - d. Green Marketing

- 69) Rural markets are ____.
- Narrow
 - Small
 - Limited
 - Scattered
- 70) The concept of ____ marketing has come into existence in response to the growing concern over environmental degradation.
- Green
 - Direct
 - Indirect
 - Mobile
- 71) ____ marketing refers to a marketing strategy that focuses on spreading information and opinions about product from person to person.
- Green
 - Social
 - Viral
 - Micro
- 72) ____ Indian brand has failed in India due to several reasons.
- Nano Car
 - Fevicol
 - Amul Butter
 - Maruti Suzuki
- 73) ____ brand is highly successful in India due to various reasons.
- Gold Spot (soft drink)
 - TCS
 - Nano Car
 - Cadbury Perk Mint
- 74) ____ have the largest market share in the relevant product in the industry.
- Market Challenger
 - Market Leader
 - Market Follower
 - Niche Marketer
- 75) The word ethics is derived from ----- word 'Ethos'.
- France
 - Greek
 - Latin
 - German
- 76) Ethics is a branch of -----

- a. Archaeology
- b. Psychology
- c. sociology
- d. Philosophy

77) Harmful products like cigarettes are promoted through ----- ads.

- a. Political
- b. Surrogate
- c. Advocacy
- d. Social

78) ----- pricing helps to wipe out competition from the market.

- a. Predatory
- b. Differential
- c. Premium
- d. Odd

79) ----- is a consumer organization in India.

- a. CGSI
- b. AAAI
- c. ASI
- d. ASCI

80) ----- organization assists the consumers in legal matters.

- a. Business
- b. Social
- c. Political
- d. Consumer

81) ----- brand is marketed by Mondelez International.

- a. Cadbury Dairy Milk
- b. Mercedes
- c. McDonald
- d. Camel

82) ----- defense strategy involves launching of an offence against the competitor before the latter starts an offence.

- a. Frontal
- b. Pre-emptive
- c. Position
- d. Flanking

83) ----- attack is a combination of frontal and flank attack.

- a. Encirclement
 - b. Flank
 - c. Frontal
 - d. Guerrilla
- 84) Cloner Strategy is followed by market
- a. Nicher
 - b. leader
 - c. challenger
 - d. Follower
- 85) _____ marketing refers to marketing of products that are environmentally safe.
- a) Societal
 - b) Social
 - c) Traditional
 - d) Green
- 86) SMS refers to_____
- a) short message service
 - b) short media service
 - c) short marketing service
 - d) small message service
- 87) . ----- tries to protect weak sides or fronts.
- a) Position defence
 - b) Flank attack
 - c) Guerrilla attack
 - d) Encirclement attack
- 88) _____ are small firms that target small market.
- a) Leader
 - b) Nichers
 - c) Followers
 - d) Challengers
- 89) In _____ marketing the marketer pays compensation to third party to generate traffic or leads to company's products.
- a) Pay-per-click
 - b) Affiliate
 - c) Content
 - d) Artificial intelligence

- 90) Zoozoos are advertisement character promote by ____
- a) Airtel
 - b) Jio
 - c) Vodafone
 - d) Idea
- 91) Non-conventional rural-centric media include ____
- a) Folk
 - b) Newspaper
 - c) Television
 - d) Radio
- 92) ----- refers to online commerce transactions between businesses.
- a) B2B
 - b) B2C
 - c) C2C
 - d) C2G
- 93) ----- The company distributes the goods to the actual customer without the use of any intermediaries.
- (A) Individual Sales
 - (B) Sales Growth
 - (C) Public Relations
 - (D) Indirect Marketing
- 94) To classify different markets of product into different group's means ---
- A. Marketing
 - (B) Marketing Information System
 - (C) Customer Relationship Management
 - (D) Market Segmentation
- 95) In the ----- concept of marketing, consumers prefer high quality, functionality or innovative features of the product.
- A. Commodities
 - B. Exchange
 - C. Sales
 - D. Production
- 96) Any service's cannot separated from manufacturer is called -----.
- (A) Indivisibility
 - (B) Polygamy
 - (C) High Perishable
 - (D) Invisibility

- 97) ----- is the visual action that one person performs for another person that is essentially invisible and no longer constitutes ownership.
- A. Goods
 - B. Services
 - C. Taxes
 - D. Public Relations
- 98) ----- In the pricing policy, the highest price is charged at the time of entry of the product in to the market.
- (A) Very low
 - (B) skimming
 - (C) According to the Market Leader
 - (D) Double
- 99) When a business adopts a policy of using the brand of an existing product for a new product, it is called brand -----.
- (A) Expansion
 - (B) Location
 - (C) Equity
 - (D) Trustee
- 100) Advertisements are in the form of -----.
- (A) Private
 - (B) Individual
 - (C) Impersonal
 - (D) Direct
- 101)----- the company distributes the goods to the actual customer without the use of any intermediaries.
- (A) Individual Sales
 - (B) Sales Growth
 - (C) Public Relations
 - (D) Indirect Marketing
- 102) Any services cannot separated from manufacturer is called -----.
- (A) Indivisibility
 - (B) Polygamy
 - (C) High Perishable
 - (D) Invisibility
- 103)----- is the invisible action that one person performs for another person that is essentially invisible and no longer constitutes ownership.
- (A) Goods
 - (B) Services

- (C) Niche
- (D) Public Relations

104) during business and trade related activities on the basis of electronic means -----

- (A) E-Commerce
- (B) B-Commerce
- (C) 4G -Commerce
- (D) Public Relations/communication

105) Intensity of various distribution chains in the market or competition in the market these factors are taken into account in the ----- segmentation.

- (A) According to the Situation
- (B) According to the Purchase Quantity
- (C) According to the Behavior
- (D) Psychological

106) The most common form of action for making a box or pot for wrapping an object is known as -----.

- B. Packaging
- C. design of product
- D. brand of product
- E. warranty of product

107) The product which naturally itself produces is called ----- product,

- a. Natural goods
- B. Agricultural goods
- C. Manufactured goods
- D. Durable goods

108) Goods/tools that assist assistants in carrying out the production process are called -----.

- A. Supplementary Equipment
- B. Plant Installation Items
- C. Fabrics
- D. Raw Materials

109) Advertising is considered unethical when.

- a) It give false information
- b) it provide personal selling
- c) it give accurate information
- d) Comparative Ads

110) Zoozoos are advertisement characters promoted by.

- a) Airtel
- b) Jio
- c) Vodafone
- d) Idea

111) 3) Non-Conventional rural centric media includes

- a) Folk
- b) Newspaper
- c) Television
- d) Radio

- 112) 4) Mobile marketing includes.
a) APP's b) Newspaper c) Radio d) C2C
- 113) 5) Marketing refers to marketing of product that is environmentally safe.
a) Societal b) Social c) Traditional d) Green Marketing
- 114) 6) SMS refers to...
a) Short message service b) short media service c) short marketing service c) short market service
- 115) 7) Transactions conducted over the internet between a business and a consumer.
a) B2B b) B2C c) C2C d) internet marketing
- 116) 8) Social media marketing involves.
a) Television b) Fax c) Face book d) SMS
- 117) 9) Digital marketing term first used in.
a) 1990 b) 1940 c) 1910 d) 1950
- 118) 10) Unethical practices in marketing
a) Honesty b) Social c) Targeting to children d) transparency
- 119) 11) Role of consumer organization includes
a) Consumer awareness b) price war c) leader d) Follower
- 120) 12) Following is the types of competitor
a) Consumer b) Market leader c) Promoter d) Marketing
- 121) 13) Skills required for effective marketing
a) Honesty b) Fairness and Justice c) Communication skills d) Promotion
- 122) 14) Factors contributing to the success of brand in India
a) Marketing b) Sales c) Reasonable price d) Education
- 123) 15) Challenges faced by marketing manager in 21st century
a) Technology boom b) Environment c) Marketing Ethics d) Price war
- 124) 16) The business or practice of marketing goods or services done by telephone is called
a) Viral marketing b) B2B c) Telemarketing d) digital
- 125) 17) Factors contributing to failure of brand in India
a) Quality b) Marketing c) Reasonable price d) Wrong target audience
- 126) 18) Following are the features of rural marketing.
a) Agricultural dependent b) Marketing Research c) Product promotion d) Falls promises
- 127) 19) Important of green marketing
a) Artificial Intelligence b) content marketing c) Sustainable d) Protection of Environment
- 128) 20) Common form of unethical pricing
a) Price War b) Advertising c) High price d) Fair price
- 129) 21) In which year Telemarketing come in to force
a) 1990 b) 1950 c) 1930 d) 1940
- 130) 22) Marketing Strategies for market challengers
a) Consumer awareness b) Frontal Attack c) Market share d) Current Market

- 131) 23) Forms of digital marketing
a) Internet Marketing b) Newspaper c) Radio d) Green Marketing
- 132) 24) Ethical values of marketing include.
a) Advertising b) Business c) Honesty d) Research
- 133) 25) Promotion strategies for rural areas.
a) Credit facility b) Discount c) Advertising d) Computer

मराठी रूपांतर

- 1) ----- या पद्धतीमध्ये सुरुवातीस वस्तूची किंमत खूप जास्त ठेवली जाते व नंतर हळूहळू कमी केली जाते.
(अ) सीमांत किंमत
(ब) मलई किंमत
(क) ना नफा ना तोटा
(ड) मत्केदारी किंमत
- 2) ग्राहकांच्या मनामध्ये वेगळी व प्रभावी प्रतिमा निर्माण करणे म्हणजे ----- होय.
(अ) मुद्रा इक्विटी
(ब) मुद्रा विस्तार
(क) मुद्रा स्थान
(ड) मुद्रा संशोधन
- 3) ग्राहकाकडून सातत्याने एकच मुद्रेच्या वस्तूची सतत खरेदी केली जात असेल तर त्यास ----- म्हणतात.
(अ) मुद्रा विस्तार
(ब) मुद्रा इक्विटी
(क) मुद्रा निष्ठा
(ड) यापैकी सर्व
- 4) ----- मिश्रणामध्ये हे किंमत डावपेच, मूळ किंमत, उधारीची सवलत, सुट, मोफत वस्तू भेट इत्यादी घटकांचा विचार केला जातो.
(अ) किंमत
(ब) वस्तू व सेवा
(क) वितरण
(ड) विक्री वृद्धी
- 5) नेहमीच्या किमतीमध्ये जास्त/अधिक माल किंवा भेटवस्तू देणे म्हणजे ----- होय.
अ) भेट वस्तू योजना

- (ब) प्रिमियम योजना
(क) अदला बदल योजना
(ड) यापैकी सर्व
- 6) आपल्या वस्तूची इतर स्पर्धकांच्या तुलनेत वेगळी व प्रभावी प्रतिमा ग्राहकांच्या मनात निर्माण करण्याच्या प्रयत्न म्हणजे ----- होय.
(अ) मुद्रा
(ब) मुद्रा विस्तार
(क) मुद्रा स्थान
(ड) मुद्रा इक्विटी
- 7) “जुने देऊन नवे घ्या” हा उपाय वस्तू जीवन चक्राच्या ----- या अवस्थेत केला जातो.
(अ) प्रवेश अवस्था
(ब) बाजारपेठ स्विकृत अवस्था
(क) परिपक्व अवस्था
(ड) -हास आणि समाप्ती अवस्था
- 8) उत्पादक मध्यस्थाना जास्तीत जास्त कमिशन, सवलती देऊन विक्री वृद्धीचे प्रयत्न करतात त्यास ----- म्हणतात.
(अ) मागे ढकला
(ब) पुढे ढकला
(क) मुद्रा स्थान
(ड) मुद्रा इक्विटी
- 9) ----- हे उत्पादनाचे विनिमय मूल्य आहे.
(अ) उत्पादन
(ब) ठिकाण
(क) किंमत
(ड) पदोन्नती
- 10) वस्तूची ----- म्हणजे संस्थेद्वारे ऑफर केलेल्या विविध उत्पादनांची संख्या होय.
(अ) रुंदी
(ब) लांबी
(क) खोली
(ड) सुसंगतता
- 11) जर ----- लोकांना ब्रँडबद्दल माहिती असेल तर इक्विटी जास्त असेल.
(अ) काही
(ब) हुशार

- (क) कमी
(ड) अधिक
- 12)----- वितरण पातळी असे एक आहे की,ज्यामध्ये कोणतेही मध्यस्थ नाहीत.
(अ) शून्य
(ब) एक
(क) दोन
(ड) तीन.
- 13)----- नोंदणीकृत झाल्यावर ट्रेडमार्क होईल.
(अ) ब्रँड
(ब) उत्पादन
(क) ट्रेडमार्क
(ड) हमी
- 14)----- विपणन तज्ञाने अभिव्यक्ती विपणन मिक्स तयार केले.
(अ) फिलिप कोटलर
(ब) विल्यम स्टॅनटन
(क) हेनरी फेयाल
(ड) जेम्स कुलिटॉन
- 15)----- च्या दरम्यान उत्पादन नवीन बाजारात बाजारात आणले जाते.
(अ) स्थापना/ प्रवेश अवस्था
(ब) वाढ अवस्था
(क) परिपक्वता अवस्था
(ड) घट अवस्था
- 16)----- दरम्यान ग्राहकांच्या ब्रँडच्या इतर वस्तूंवर स्विच करणे प्रारंभ करा.
(अ) स्थापना
(ब) वाढ
(क) परिपक्वता
(ड) घट
- 17)----- वास्तविक भौतिक वितरणाचा एक मार्ग आहे.
(अ) वितरणाचे मार्ग
(ब) वस्तू पुरवठा (लॉजिस्टिक)
(क) विक्री
(ड) थेट विपणन

- 18) _____ म्हणजे जास्तीच्या सवलती ज्या साखळी मध्यस्थाना वस्तू साठा आणि विक्री वृद्धी करण्यासाठी दिल्या जातात.
- अ. पूल (pull) सवलती
ब. जास्त उधार कालावधी
क. पुश (push) कमिशन
ड. बक्षीस
- 19) जाहिरातीचे महत्वाचे उद्दिष्ट _____ आहे.
- अ. बाजारपेठ वाढा वाढविणे
ब. जागरूकता निर्माण करणे
क. विक्री वाढविणे
ड. नफा वाढविणे
- 20) _____ मध्ये नवीन वस्तूची आकर्षक सजावट केली जाते.
- अ. जनता संपर्क
ब. (व्यापार माल)- merchandising
क. विक्री करण्याचे कसब (salesmanship)
ड. विक्री वृद्धी
- 21) . _____ पध्दती निर्माण होते जेव्हा दोन किंवा अधिक वितरण साखळ्यांचे स्तर एकत्र केले जातात आणि त्याचे व्यवस्थापन एक संस्था करते.
- अ. समांतर विपणन
ब. तिसरा घटक (त्रयस्थ) लॉजिस्टीक
क. अनुलंब विपणन
ड. प्रत्यक्ष विपणन
- 22) . _____ हे ग्राहकभीमुखं विक्री वृद्धी तंत्र आहे
- अ. कामगिरी बक्षीस
ब. व्यापारी सुट
क. अदलाबदल ऑफर
ड. वितरक परीषद
- 23) _____ मुळे संभाव्य ग्राहकाला विस्तृत माहिती देण्यास मदत होते.
- अ. प्रसिद्धी
ब. जाहिरात

क. प्रायोजकत्व
ड. व्यापारी जत्रा

24) _____ प्रवासात वस्तू खराब होऊ नये म्हणून संरक्षण देते.

अ. मुद्रांकन
ब. संवेष्टन
क. विमा
ड. खूण चिठ्ठी

25) ___ हे विक्री वृद्धी मिश्रचे पैसे न देता स्वरूप आहे.

अ. प्रत्यक्ष विपणन
ब. जाहिरात
क. प्रसिद्धी
ड. विक्री करण्याचे कसब (salesmanship)

26) . _____ या साखळीला 'झीरो लेवल' विपणन साखळी असे म्हणतात.

अ. अनुलंब
ब. अप्रत्यक्ष
क. बहुस्तरिय
ड. प्रत्यक्ष

27) ___ विपणन पध्दती ही अशी रचना आहे ज्यामध्ये समान पातळी वरील दोन किंवा अधिक संस्था विपणनातून नवीन संधींचा फायदा घेण्यासाठी एकत्र येतात.

अ. अनुलंब
ब. समांतर
क. बहुस्तरीय
ड. प्रत्यक्ष

28)

वितरण _____ म्हणजे उत्पादकाकडून अंतिम ग्राहक किंवा औद्योगिक उपभोक्ता यांकडे वस्तूची मालकी जाण्याचा मार्ग होय.

अ. महामार्ग
ब. कॅनल
क. साखळी

ड. पुरवठा

- 29) ____ साखळी मधे मध्यस्थ नसतात.
अ. झीरो
ब. एक
क. दोन
ड. तीन
- 30) ____ ची व्याख्या " निश्चित प्रायोजकाद्वारे कल्पना, वस्तू आणि सेवांचे पैसे देवून केलेले अवैयक्तिक सादरीकरण आणि वृद्धी."
अ. वैयक्तिक विक्री
ब. विक्री वृद्धी
क. प्रत्यक्ष विपणन
ड. जाहिरात
- 31) ____ म्हणजे एखाद्याला काही खरेदीसाठी केलेले वैयक्तिक संज्ञापण होय.
अ. वैयक्तिक विक्री
ब. विक्री वृद्धी
क. प्रत्यक्ष विपणन
ड. जाहिरात
- 32) -----या वस्तूची मागणी निर्माण करण्यासाठी सूट, नमुना ई. सारख्या अल्पकालीन सवलती आहेत.
अ. वैयक्तिक विक्री
ब. विक्री वृद्धी
क. प्रत्यक्ष विपणन
ड. जाहिरात
- 33) घाऊक व्यापारी आणि किरकोळ व्यापारी यासारख्या मध्यस्थानी उत्पादकाच्या वस्तूंचा साठा व ग्राहकांना विक्री करावी या उद्देशाने अभिप्रेरीत करण्यासाठी ____ विक्री वृद्धी साधने आहेत.
अ. व्यापारी
ब. विक्रेते
क. ग्राहक
ड. उत्पादक

- 34) __ विक्री वृद्धी साधने मागणी मिळविणे आणि विक्रेत्यांनी अधिक व ठोस प्रयत्न करून वस्तू बाजारपेठेत आणण्यासाठी अभीप्रेरित करण्यास उपयोगी आहेत.
- अ. व्यापारी
ब. विक्रेते
क. ग्राहक
ड. उत्पादक
- 35) कंपनीची आणि वस्तूची प्रतिमा सुरक्षित ठेवण्यासाठी ____ मध्ये अनेक कार्यक्रम आखले जातात.
- अ. वैयक्तिक विक्री
ब. विक्री वृद्धी
क. प्रत्यक्ष विपणन
ड. जनता संपर्क
- 36) वितरण साखळ्या या ____ मिश्राचा उपघटक आहेत.
- अ. वितरण
ब. किंमत
क. विक्री वृद्धी
ड. वस्तू
- 37) विपणन ____ वेळ, जागा आणि मालकी उपयुक्तता निर्माण करतात.
- अ. योजना
ब. विभाग
क. साखळी
ड. कल्पना
- 38) विक्री वृद्धी मिश्रास ____ मिश्र असे म्हणतात.
- अ. वितरण
ब. संज्ञापण
क. किंमत
ड. विपणन
- 39) ____ विक्री ही अवजड आणि महागड्या वस्तू कमी ग्राहक असलेल्या बाजारपेठेकरिता वापरली जाते.
- अ. आक्रमक

ब. सक्तीची
क. जनता
ड. वैयक्तिक

40) जाहिरातीचे स्वरूप ____ आहे.
अ. अवैयक्तिक
ब. वैयक्तिक
क. विशेष
ड. खाजगी

41) ____ बक्षिसे अशा ग्राहकांना दिली जातात जे संस्थेशी निष्ठावंत असतात.
अ. पंच
ब. राष्ट्रीय
क. राज्य
ड. कायम स्वरूपी (patronage)

42) ____ म्हणजे विकलेल्या वस्तूच्या दर्जेची दिलेली खात्री आहे.
अ. वचन
ब. वॉरंटी
क. दावा
ड. लोगो

43) ____ मध्ये वितरण साखळीतील मध्यस्थ काढून कंपनी त्यांची वस्तू प्रत्यक्ष ग्राहकाला विकते.
अ. वैयक्तिक विक्री
ब. विक्री वृद्धी
क. प्रत्यक्ष विपणन
ड. जनता संपर्क

44) ____ वितरण साखळी म्हणजे अशी रचना ज्यामध्ये समान पातळीवरील दोन किंवा अधिक उत्पादक त्यांच्या वस्तू विपणन साठी एकत्र येतात.
अ. अनुलंब
ब. समांतर
क. बहुस्तरिय
ड. प्रत्यक्ष

- 45) . ___ हा पुरवठा साखळी व्यवस्थापनाचा घटक नाही.
अ. सामग्री व्यवस्थापन
ब. गोदाम सुविधा
क. माल परत करणे
ड. संशोधन
- 46) ___ हा विक्री वृद्धी मिश्राचा घटक नाही.
अ. विक्री वृद्धी
ब. प्रत्यक्ष विपणन
क. जाहिरात
ड. संशोधन
- 47) ___ हा विक्री व्यवस्थापनाचा घटक नाही.
अ. विक्रेत्यांची भरती
ब. विक्री नियोजन
क. विक्रेत्यांना अभीप्रेरणा
ड. संशोधन
- 48) ___ ही वैयक्तिक विक्रीतील पहिली पायरी आहे.
अ. पूर्वक्षण (prospecting)
ब. विनंती करणे
क. सादरीकरण
ड. पाठपुरावा
- 49) संयुक्तीक विपणन संज्ञापण हा संज्ञापनाचा ___ दृष्टिकोन आहे.
अ. एकसंध
ब. वैविध्यपूर्ण
क. भौतिक गुणधर्म
ड. तटस्थ
- 50) ___ कंपनीला वस्तूची स्वतंत्र आणि वेगळी प्रतिमा निर्माण करण्यास मदत करते.
अ. संशोधन
ब. जाहिरात
क. वाहतूक

ड. हाताळणी

- 51) ____ जाहिरातीमध्ये कंपनीचे नाव असलेले दिनदर्शिका, की चैन ई. कमी खर्चिक घटक असतात.
अ. सामाजिक
ब. राजकीय
क. विशेष
ड. हरित
- 52) . दूरविपणन मधे उत्पादक प्रत्यक्ष ____ द्वारे ग्राहकापर्यंत पोहोचतो.
अ. इंटरनेट
ब. व्हॉट्सअप
क. दूरध्वनी
ड. आकाशवाणी
- 53) विपणन साखळ्या मालाची मालकी उत्पादकाकडून ____ कडे हस्तांतरित करतात.
अ. ग्राहक
ब. गुंतवणूकदार
क. कर्मचारी
ड. व्यवस्थापक
- 54) ____ म्हणजे ग्राहकाला विविध लॉजिस्टिक सेवा पुरविणे.
अ. समांतर विपणन
ब. बहु साखळी विपणन
क. त्रयस्थ घटक पुरवठा साखळी
ड. बहुस्तारिय विपणन
- 55) . ____ चा संबंध मालाचे भौतिक वितरण याच्याशी येतो.
अ. लॉजिस्टिक
ब. मुद्रां क न
क. किंमत निश्चितीकरण
ड. प्रतवारी
- 56) विशिष्ट वितरण साखळी ची निवड ____ वर अवलंबून नाही.
अ. ग्राहक वैशिष्टे
ब. वस्तू वैशिष्टे

क. पुरवठादार वैशिष्टे
ड. मध्यस्थ वैशिष्टे

- 57) _____ यांच्या विशेषीकरणामुळे वितरण कार्यक्षमता वाढते.
अ. साखळ्या
ब. यंत्रसामग्री
क. संगणक
ड. सुटे भाग
- 58) _____ कार्य म्हणजे कारखान्यात, गोदामात, वाहतुकीत ई. मधे वस्तू हलविणे.
अ. सामग्री व्यवस्थापन
ब. संवेष्टण
क. सामग्री हाताळणी
ड. सामग्री नियोजन
- 59) _____ हे असा पैसे न देता स्वरूप आहे जे प्रसिध्द माध्यमांच्या बातम्या आणि संपादकीय मधून दिली जाते.
अ. प्रसिद्धी
ब. जाहिरात
क. जनता संपर्क
ड. प्रायोजकत्व
- 60) _____ व्यवस्थापन हि व्यवसाय शाखा आहे जी विक्री तंत्राच्या व्यावहारिक प्रयोगावर भर देते.
अ. उत्पादन
ब. वित्त
क. सामग्री
ड. विक्री
- 61) विक्रेत्यांना अभिप्रेरित करणारा _____ हा आर्थिक घटक आहे.
अ. बोनस
ब. कल्याण सुविधा
क. कौतुक
ड. उच्चपद

- 62) ____ ला समोरासमोर विक्री असे देखील म्हणतात.
अ. प्रत्यक्ष विपणन
ब. वैयक्तिक विक्री
क. अप्रत्यक्ष विपणन
ड. प्रायोजकत्व
- 63) ____ मुळे कंपनीला त्यांच्या वस्तूचे विपणन सामाजिक जबाबदारी चे भान ठेऊन करणे शक्य होते.
अ. विपणन नीतिमत्ता
ब. विपणन धोरण
क. विपणन कार्यपद्धती
ड. विपणन साखळी
- 64) . ____ हे नैतिक विपणन कार्य आहे.
अ. बनावट वस्तू
ब. भेसळ
क. अनावश्यक साठा
ड. योग्य जाहिरात
- 65) विवक्षित विपणन करणारा ____ वर लक्ष केंद्रित करतो.
अ. मोठी बाजारपेठ
ब. लघु प्रभाग/ विभाग
क. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ
ड. प्रादेशिक बाजारपेठ
- 66) जाहिरातदार ग्रामीण भागात वस्तू विक्री वाढविण्यासाठी ____ माध्यमाचा वापर करतात.
अ. स्थानिक
ब. प्रादेशिक
क. परंपरागत
ड. अपरंपरागत
- 67) . ____ विपणन नैसर्गिक पर्यावरणाचे जतन आणि संरक्षण यांचा विचार करते.
अ. डिजिटल विपणन
ब. ग्रामीण विपणन
क. हरित विपणन

ड. मोबाईल विपणन

- 68) . ____ मधे वस्तू विक्री साठी एसएमएस चा वापर केला जातो.
अ. अप्रत्यक्ष विपणन
ब. मोबाईल विपणन
क. ग्रामीण विपणन
ड. हरित विपणन
- 69) ग्रामीण बाजारपेठा या _____ आहेत.
अ. संकुचित
ब. लहान
क. मर्यादित
ड. विखुरलेल्या
- 70) पर्यावरणाचा वाढता र्हास विचारात घेऊन _____ विपणनाची संकल्पना उदयास आली.
अ. हरित
ब. प्रत्यक्ष
क. अप्रत्यक्ष
ड. मोबाईल
- 71) ____ म्हणजे असे विपणन धोरण की जे वस्तू बदल माहिती आणि मत एका व्यक्तीकडून दुसऱ्या व्यक्तीकडे पसरविण्यावर भर दिला जातो.
अ. हरित
ब. सामाजिक
क. व्हायरल (viral)
ड. सूक्ष्म
- 72) ____ हा भारतीय ब्रँड भारतात अनेक कारणांमुळे अयशस्वी झाला.
अ. नॅनो कार Nano Car
ब. फेव्हिकॉल fevicol
क. अमुल बटर (Amul Butter)
ड. मारुती सुझुकी (Maruti Suzuki)
- 73) अनेक कारणांमुळे ____ हा ब्रँड भारतात अधिक यशस्वी झाला.
अ. गोल्ड स्पॉट

ब. टी. सी. एस.
क. नॅनो कार
ड. कॅडबरी पर्क मिंट (Cadbury Perk Mint)

- 74) ____चा उद्योगामध्ये विशिष्ट वस्तूचा बाजारपेठ वाटा सर्वाधिक असतो.
अ. बाजारपेठ आवाहन दाता
ब. बाजारपेठ अग्रगण्य/नेता
क. बाजारपेठ अनुयायी
ड. विवक्षित विपणन करणारा
- 75) इथिक्स (ethics) हा शब्द 'ईथोज' (ethos) या ____ शब्दापासून तयार झाला आहे.
अ. फ्रेंच
ब. ग्रीक
क. लॅटिन
ड. जर्मन
- 76) इथिक्स ही ____ ची शाखा आहे.
अ. पुरातत्त्व शास्त्र
ब. मानसशास्त्र
क. सामाजिक शास्त्र
ड. तत्वज्ञान
- 77) सिगारेट सारख्या हानिकारक वस्तूची विक्री वृद्धी ____ जाहिराती द्वारे केली जाते.
अ. राजकीय
ब. सरोगेट / प्रातिनिधिक (surrogate)
क. समर्थन
ड. सामाजिक
- 78) ____ किंमत बाजारपेठेतील स्पर्धा काढून टाकण्यास मदत करते.
अ. भक्षक
ब. विविध
क. प्रीमियम (premium)
ड. विलक्षण/विचित्र (Odd)

- 79) ____ हि भारतातील ग्राहक संस्था आहे.
अ. सी. जी. एस.आय. (CGSI)
ब. ए. ए. ए. आय. (AAAI)
क. ए. एस.आय. (ASI)
ड. ए. एस. सी.आय. (ASCI)
- 80) ____ संस्था ग्राहकाला कायदेविषयक बाबींमध्ये मदत करते.
अ. व्यवसाय
ब. सामाजिक
क. राजकीय
ड. ग्राहक
- 81) ____ या बोधचिन्ह असलेल्या वस्तूचे विपणन मॉडेलेझ इंटरनेशनल (Mondelez International) करते.
अ. कॅडबरी डेअरी मिल्क
ब. मर्सिडीज
क. मॅकडोनाल्ड
ड. कॅमल
- 82) ____ या संरक्षणात्मक धोरणामधे प्रतिस्पर्ध्या ने हल्ला करण्यापूर्वीच त्याच्यावर हल्ला केला जातो.
अ. समोरून/फ्रंटल
ब. पूर्व संरक्षणात्मक
क. स्थान
ड. बगल flanking
- 83) ____ हल्ला हा समोरून (frontal) आणि बगल (flank) हल्ला यांचे एकत्रीकरण आहे.
अ. वेढा/घेराव
ब. समोरून
क. बगल
ड. गनिमी
- 84) . क्लोनर cloner धोरण हे बाजारपेठ _____ वापरतो.
अ. लघु/विवक्षित (nicher)
ब. नेता (leader)

क. आवाहन देणारा (challenger)
ड. अनुयायी (follower)

- 85) ._____ विपणन म्हणजे पर्यावरणास सुरक्षित वस्तूंचे विपणन होय.
अ. डिजिटल
ब. सामाजिक
क. परंपरागत
ड. हरित
- 86) . एस. एम. एस. (SMS) म्हणजे _____
अ. Short Message Service
ब. Short Media Service
क. Short Marketing Service
ड. Small Message Service
- 87) . _____ कमकुवत बाजू किंवा फरक यांना संरक्षित करण्याचा प्रयत्न करते.
अ. स्थान संरक्षण
ब. बगल हल्ला
क. गनिमी हल्ला
ड. घेराव हल्ला
- 88) _____ या लघु संस्था लघु बाजारपेठेवर लक्ष केंद्रित करतात.
अ. अग्रगण्य
ब. नीचेरस (Nichers)/ विवक्षित
क. अनुयायी
ड. आवाहन दाता
- 89) _____ विपणन मध्ये कंपनी आपल्या वस्तूला ग्राहक मिळावेत म्हणून त्रयस्थ घटकाला मोबदला देते.
अ. पे - पर- क्लिक (Pay-per- click)
ब. सलग्न (Affiliate)
क. कंटेंट (Content)
ड. कृत्रिम बुद्धिमत्ता (Artificial intelligence)

- 90) Zoozoos हे पात्र ___ ने पुढे आणले.
अ. Airtel
ब. Jio
क. Vodafone
ड. Idea
- 91) अपरंपरागत ग्रामीण केंद्रित माध्यम___ हे आहे.
अ. फोक Folk
ब. वृत्तपत्र
क. दूरदर्शन
ड. आकाशवाणी
- 92) ___ म्हणजे व्यावसायांमध्ये ऑनलाईन वाणिज्य व्यवहार होय.
अ. B2B
ब. B2C
क. C2C
ड. C2G
- 93) ----- कंपनी कोणत्याही मध्यस्थांचा वापर न करता वस्तू प्रत्यक्ष ग्राहकांना वितरीत करते
अ) वैयक्तिक विक्री
ब) विक्री वाढ
क) जनसंपर्क
ड) अप्रत्यक्ष विपणन
- 94) वस्तूच्या विविध बाजारपेठेचे विविध गटात वर्गीकरण करणे म्हणजे ----- होय.
(अ) विपणन
(ब) विपणन माहिती प्रणाली
(क) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन
(ड) बाजारपेठेचे प्रभागीकरण
- 95) विपणनाच्या ----- संकल्पनेत ग्राहक वस्तूची उच्च दर्जा, कार्यक्षमता किंवा नाविन्यपूर्ण वैशिष्ट्यांना प्राधान्य देतात.
(आ) वस्तू
(ब) विनिमय
(क) विक्री

- (ड) उत्पादन
- 96) कोणतीही सेवा उत्पादकापासून वेगळी करता येत नाहीत त्यास ----- म्हणतात.
- (इ) अविभाज्यपणा
- (ब) बहुजिनसीपणा
- (क) उच्च नाशवंत
- (ड) अदृश्यता
- 97) ----- म्हणजे एक व्यक्ती दुसऱ्या व्यक्तीसाठी करीत असलेली दृश्य क्रिया की जी मूलतः अदृश्य आहेत व यामुळे कोणताही मालकी हक्क निर्माण होत नाहीत.
- (अ) वस्तू
- (ब) सेवा
- (क) कर
- (ड) जनसंपर्क
- 98) ----- किंमत धोरणात वस्तू प्रवेशाच्या वेळेसच उच्चतम किंमत आकारली जाते.
- (अ) अतिशय कमी
- (ब) लोणी काढणे
- (क) विपनीनेत्या नुसार
- (ड) दुहेरी
- 99) व्यवसाय जेव्हा नवीन उत्पादनास प्रचलित असलेल्या उत्पादनाची मुद्रा वापरण्याचे धोरण स्वीकारतो त्यास मुद्रा ----- म्हणतात.
- (अ) विस्तार
- (ब) स्थान
- (क) इक्विटी
- (ड) विश्वासहर्ता
- 100) जाहिराती हि----- स्वरूपाची असते.
- (अ) खाजगी
- (ब) व्यक्तिगत
- (क) अव्यक्तिगत
- (ड) प्रत्यक्ष
- 101) ----- मध्ये कंपनी कोणत्याही मध्यस्थांच्या वापर न करता प्रत्यक्ष ग्राहकापर्यंत वस्तूचे वितरण करीत असते.
- अ) व्यक्तिगत विक्री

- (ब) विक्री वृद्धी
(क) जनसंपर्क
(ड) अप्रत्यक्ष विपणन
- 102) कोणतीही सेवा उत्पादकापासून वेगळी करता येत नाहीत त्यास -----
म्हणतात.
अ०)अविभाज्यपणा
(ब) बहुजिनसीपणा
(क)उच्च नाशवंत
(ड) अदृश्यता
- 103) ----- म्हणजे एक व्यक्ती दुसऱ्या व्यक्तीसाठी करीत असलेली दृश्य क्रिया की
जी मूलतः अदृश्य आहेत व यामुळे कोणताही मालकी हक्क निर्माण होत
नाहीत.
(अ)वस्तू
(ब) सेवा
(क) निश विपणन
(ड) जनसंपर्क
- 104) व्यापारी व व्यापाराशी संबंधित क्रिया इलेक्ट्रॉनिक माध्यमांच्या आधारे करणे
म्हणजे ----- होय.
अ) ई-कॉमर्स
(ब) ब-कॉमर्स

(क)4□.कॉमर्स
- 105) बाजारपेठेतील असणाऱ्या विविध वितरण साखळ्या किंवा बाजारपेठेतील स्पर्धेची
तीव्रता हे घटक ----- विभागीकरणांमध्ये लक्षात घेतले जातात.
अ) परिस्थितीनुसार
(ब) खरेदी प्रमाणानुसार
(क) वचनानुसार
(ड) मानसशास्त्रीय
- 106) वस्तूला गुंडाळण्याकरिता डबा अथवा पेटी तयार करण्याची सर्वसाधारण
स्वरूपाची क्रिया म्हणजे ---- होय.
(अ) वस्तूचे आवरण
(ब) वस्तू रचना
(क)वस्तू मुद्रा
(ड)वस्तू हमी

- 107) निसर्ग स्वतः ज्या वस्तूचे उत्पादन करतो, त्यास ----- वस्तू म्हणतात,
 अ) निसर्गनिर्मित वस्तू
 (ब) कृषी वस्तू
 (क) निर्मित वस्तू
 (ड) टिकाऊ वस्तू
- 108) ज्या वस्तू उत्पादन प्रक्रिया पार पाडण्यासाठी सहाय्यकांना सहाय्य करतात त्यांना -----म्हणतात.
 अ) पूरक उपकरणे
 (ब) सयंत्र स्थापना वस्तू
 (क) घडाईचा माल
 (ड) कचामाल
- 109) जाहिरात करणे अनैतिक मानले जाते जेव्हा
 अ) ती चुकीची माहिती देते ब) वैयक्तिक विक्री प्रदान करते (
 क) ती अचूक माहिती देते तुलनात्मक जाहिराती प्रदान करते (ड)
- 110) खालीलपैकी कोणत्या कंपनीने झुझुम हे जाहिरात पात्र म्हणून प्रसिद्ध केले आहे.
 अ) एअरटेल जिओ (ब) (क)वोडाफोन (ड) आयडिया (
- 111) अपारंपरिक ग्रामीण केंद्रित कोणत्या माध्यमांचा समावेश आहे.
 अ) लोक ब) वृत्तपत्र (क) दूरदर्शन (ड) डरेडिओ (
- 112) मोबाईल विपणन मध्ये या पैकी कोणाच समावेश असतो.
 अ) Apps ब) वृत्तपत्र (क) रेडिओ (ड) c2c
- 113) .विपणन म्हणजे पर्यावरणाच्या सुरक्षित उत्पादनांचे विपणन होय
 अ) सामाजिक समाज (ब) पारंपारिक (क) (ड)हिरवा हरित विपणन/
- 114) एस..... म्हणजे .एस.एम.
 अ) लघु संदेश सेवा ब) लघु मिडिया सेवा (क) लघु बाजार (लघु विपणन सेवा ड) (सेवा
- 115) हा व्यवसाय आणिग्राहक यांच्यात इंटरनेटवरून केलेला व्यवहार होय.
 अ) B2B ब) (B2C क) (C2C ड) इंटरनेट विपणन (
- 116) सोशल मिडिया विपणन मध्ये कोणाचे समाविष्ट आहे.
 अ) दूरदर्शन ब) फॅक्स (क) (फेसबुक ड) (sms
- 117) कोणत्या वर्षी डिजिटल मार्केटिंग .संज्ञा पहिल्यांदा वापरली गेली (विपणन)

- अ) १९९० ब) १९४० (१९१० (क ड) १९५० (
- 118) विपणनातून निर्माण होणारे अनैतिक मुद्दे
अ) प्रामाणीकपणा समाज (ब क) (मुलांना लक्ष्य करणे ड) पारदर्शकता (
- 119) ग्राहक संघटनांच्या भूमिकेत कोणाचे समाविष्ट आहे.
अ) ग्राहक जागरूकता किंमत युद्ध (ब नेता (क अनुयायी (ड)
- 120) स्पर्धकांचे प्रकार खालील प्रमाणे आहे.
अ) ग्राहक ब) (बाजार प्रमुख नेतृत्व/ क) विपणन (प्रवर्तक ड) (
- 121) प्रभावी विपणनासाठी आवश्यक कौशल्ये
अ) प्रामाणीकपणा (प्रामाणिकपणा आणि न्याय्य क) (बसंभाषण कौशल्य ड) (
- जाहिरात
- 122) भारतात विविध मुद्रा यशस्वी होण्यामागील घटक (ब्रांड)
अ) विपणन ब) विक्री (क) (योग्य किंमत ड) शिक्षण (
- 123) २० व्या शतकातील विपणन व्यवस्थापकासमोर निर्माण होणारे आव्हान
अ) तंत्रज्ञानातील वाढता बदल ब) पर्यावरण (किंमत युद्ध (विपानातील मूल्य ड) (क
- 124) टेलिफोन.दूरध्वनी द्वारे वस्तूंचा किंवा सेवांचा व्यवसाय करणे म्हणजे /
अ) व्हायरल विपणन ब) (B2B (क) दूरध्वनी विपणन डिजिटल (ड)
- 125) भारतात विविध मुद्रा अयशस्वी होण्यामागील घटक (ब्रांड)
अ) गुणवत्ता ब) विपणन ((योग्य किंमत ड) (क) चुकीच्या ग्राहक वर्गाची
- निवड
- 126) ग्रामीण विपणनाचे वैशिष्ट्य खालील प्रमाणे आहे
अ) शेतीवर अवलंबून ब) विपणन संशोधन (क) खोटी (उत्पादन जाहिरात ड) (
- अभिवचने देणे
- 127) हरित विपणनाचे महत्त्व काय.
अ) कृत्रिम बुद्धिमत्ता विषय विपणन (ब चिरकाल (क ड) (पर्यावरणाचे
- संरक्षण
- 128) अनैतिक किंमतीचे सामान्य प्रकार कोणते.
अ) किंमत युद्ध ब) जाहिरात (क) उच्च किंमत (वाजवी किंमत (ड)
- 129) दूरध्वनी विपणनाची सुरुवात कोणत्या साली झाली.
अ) १९९० ब) (१९५० क) १९३० (ड) १९४० (
- 130) बाजारपेठेत आव्हान असणाऱ्यांसाठी विपणन व्युत्पन्न.

अ) ग्राहक जागरूकता ब (पुढ्या हल्ला क सद्य बाजार (बाजाराचा वाटा ड (

131) डिजिटल विपणनाचे प्रकार सांगा.

अ) इंटरनेट विपणन वृत्तपत्र (ब करेडिओ (हरित विपणन (ड

132) विपणनातील नैतिक मूल्ये सांगा.

अ) जाहिरात ब व्यवसाय (क (प्रामाणिकपणा ड संशोधन (

133) ग्रामीण बाजारपेठेत विक्री वृद्धीसाठी कोणत्या प्रकारची व्युरचना करावी लागेल.

पत सुविधा सवलत (ब क (जाहिरात डसंगणक (