

Question Paper – III
(Business Development)
Technical Assistant

1. The basic functions of the management process include all of the following EXCEPT _____.
- planning
 - organizing
 - outsourcing
 - leading

1. प्रबंधन प्रक्रिया के मूल कार्यों में निम्नलिखित सभी शामिल हैं, सिवाय _____ के।
- योजना बनाना
 - आयोजन करना
 - आउटसोर्सिंग
 - नेतृत्व करना

2. Which function of the management process requires a manager to establish goals and standards and to develop rules and procedures?
- planning
 - organizing
 - staffing
 - leading

2. प्रबंधन प्रक्रिया के किस कार्य के लिए प्रबंधक को लक्ष्य और मानक निर्धारित करने तथा नियम और प्रक्रियाएँ विकसित करने की आवश्यकता होती है?
- नियोजन
 - आयोजन
 - स्टाफिंग
 - नेतृत्व

3. _____ refers to the tendency of firms to extend their sales, ownership, and/or manufacturing to new markets abroad.
- Expansion
 - Globalization
 - Export growth
 - Diversification

3. _____ फर्मों की अपनी बिक्री, स्वामित्व और/या विनिर्माण को विदेशों में नए बाजारों तक विस्तारित करने की प्रवृत्ति को संदर्भित करता है।
- विस्तार
 - वैश्वीकरण
 - निर्यात वृद्धि
 - विविधीकरण

4. Which is not a buying situation
- Straight rebuy
 - Modified rebuy
 - New task
 - Indirect rebuy

4. कौन सी खरीदारी की स्थिति नहीं है
- सीधी पुनर्खरीद
 - संशोधित पुनर्खरीद
 - नया कार्य
 - अप्रत्यक्ष पुनर्खरीद

5. The American Marketing Association defines a _____ as "a name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them, intended to identify the goods or services of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitors."
- copyright
 - trademark
 - slogan
 - brand

5. अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन _____ को "एक नाम, शब्द, चिह्न, प्रतीक या डिज़ाइन, या उनके संयोजन के रूप में परिभाषित करता है, जिसका उद्देश्य एक विक्रेता या विक्रेताओं के समूह के सामान या सेवाओं की पहचान करना और उन्हें प्रतिस्पर्धियों से अलग करना है।"
- कॉपीराइट
 - ट्रेडमार्क
 - नारा
 - ब्रांड

6. What is approaching management problems through the use of mathematical techniques for their modelling, analysis, and solution called?
- Operations Research
 - Mathematical science
 - Organization research
 - Management model

6. प्रबंधन समस्याओं के मॉडलिंग, विश्लेषण और समाधान के लिए गणितीय तकनीकों के उपयोग को क्या कहा जाता है?
- संचालन अनुसंधान
 - गणितीय विज्ञान
 - संगठन अनुसंधान
 - प्रबंधन मॉडल

7. What are assets that can be converted into cash within an accounting year, which include short-term securities, debtors, bills receivable, and stock called?
- liabilities
 - Fixed assets
 - Retained earnings
 - Current assets
7. वे परिसंपत्तियाँ जिन्हें एक लेखा वर्ष के भीतर नकदी में परिवर्तित किया जा सकता है, जिनमें अल्पकालिक प्रतिभूतियाँ, देनदारियाँ, प्राप्त्य बिल और स्टॉक शामिल हैं, क्या कहलाती हैं?
- देनदारियाँ
 - अचल संपत्तियाँ
 - प्रतिधारित आय
 - चालू संपत्तियाँ
8. Which of the following is not a demographic variable?
- Lifestyle
 - Social class
 - Religion
 - Age
8. निम्नलिखित में से कौन सा जनसांख्यिकीय चर नहीं है?
- जीवनशैली
 - सामाजिक वर्ग
 - धर्म
 - आयु
9. What is a form of departmentation in which individuals engaged in one functional activity, such as marketing or finance, are grouped into one unit called?
- Functional organization
 - Product organization
 - Marketing organization
 - Matrix structure
9. विभागीकरण का वह रूप जिसमें विपणन या वित्त जैसी एक कार्यात्मक गतिविधि में लगे व्यक्तियों को एक इकाई में समूहीकृत किया जाता है, क्या कहलाता है?
- कार्यात्मक संगठन
 - उत्पाद संगठन
 - विपणन संगठन
 - मैट्रिक्स संरचना

10. Surveys can be used for which of the following purposes?

- a. to evaluate advertising
- b. to examine purchase and consumption behavior
- c. for market segmentation
- d. all of the above

10. सर्वेक्षणों का उपयोग निम्नलिखित में से किस उद्देश्य के लिए किया जा सकता है?

- a. विज्ञापन का मूल्यांकन करने के लिए
- b. क्रय और उपभोग व्यवहार की जाँच करने के लिए
- c. बाज़ार विभाजन के लिए
- d. उपरोक्त सभी

11. Sales of woolen clothing usually increase during the winter season and decline thereafter. This is an example of _____ demand.

- a. Irregular
- b. Declining
- c. Impulse
- d. Latent

11. ऊनी कपड़ों की बिक्री आमतौर पर सर्दियों के मौसम में बढ़ जाती है और उसके बाद घट जाती है। यह _____ मांग का एक उदाहरण है।

- a. अनियमित
- b. घटती हुई
- c. आवेग
- d. अव्यक्त

12. For a want to become a demand, it must be backed by the _____.

- a. Ability to buy the product
- b. desire to buy the product
- c. necessity to buy the product
- d. utility of the product

12. किसी इच्छा को मांग बनने के लिए, उसे _____ द्वारा समर्थित होना चाहिए।

- a. उत्पाद खरीदने की क्षमता
- b. उत्पाद खरीदने की इच्छा
- c. उत्पाद खरीदने की आवश्यकता
- d. उत्पाद की उपयोगिता

13. Which of the following holds that consumers prefer products that are widely available and inexpensive?
- the product concept
 - the production concept
 - the selling concept
 - the performance concept

13. निम्नलिखित में से कौन सा सिद्धांत यह मानता है कि उपभोक्ता व्यापक रूप से उपलब्ध और सस्ते उत्पादों को पसंद करते हैं?

- उत्पाद अवधारणा
- उत्पादन अवधारणा
- विक्रय अवधारणा
- प्रदर्शन अवधारणा

14. Michael Porter's value chain which of the following as a support activity?

- shipping out final products
- marketing products
- procurement
- servicing products

14. माइकल पोर्टर की मूल्य श्रृंखला में निम्नलिखित में से कौन सी सहायक गतिविधि है?

- अंतिम उत्पादों की शिपिंग
- उत्पादों का विपणन
- खरीद
- उत्पादों की सर्विसिंग

15. Which statement is NOT correct about the null hypothesis?

- It is always the hypothesis tested.
- Accepting the null hypothesis will lead to some changes in opinions or action.
- It can never be accepted based on a single statistical test
- In marketing research, the null hypothesis is formulated in such a way that rejection leads to the acceptance of the desired conclusion.

15. शून्य परिकल्पना के बारे में कौन सा कथन सही नहीं है?

- यह हमेशा परीक्षित परिकल्पना होती है।
- शून्य परिकल्पना को स्वीकार करने से राय या कार्रवाई में कुछ बदलाव आएंगे।
- इसे कभी भी एकल सांख्यिकीय परीक्षण के आधार पर स्वीकार नहीं किया जा सकता।
- विपणन अनुसंधान में, शून्य परिकल्पना को इस प्रकार तैयार किया जाता है कि अस्वीकृति से वांछित निष्कर्ष की स्वीकृति प्राप्त होती है।

16. Which of the following statement is true about information processing at the operational level?
- A large quantity of data needs to be processed.
 - Decisions taken are usually marked by a great deal of uncertainty
 - Information is usually gathered from external sources
 - Information pertaining to the performance of various business units of the organization are required.
16. परिचालन स्तर पर सूचना प्रसंस्करण के बारे में निम्नलिखित में से कौन सा कथन सत्य है?
- बड़ी मात्रा में डेटा को संसाधित करने की आवश्यकता होती है।
 - लिए गए निर्णय आमतौर पर बहुत अनिश्चितता से चिह्नित होते हैं।
 - जानकारी आमतौर पर बाहरी स्रोतों से एकत्र की जाती है।
 - संगठन की विभिन्न व्यावसायिक इकाइयों के प्रदर्शन से संबंधित जानकारी की आवश्यकता होती है।
17. What refers to the voice quality, volume, pitch, speed, and nonfluencies like ah, um, and uh, which are used to convey a message?
- Kinesics
 - Paralanguage
 - Chromatics
 - Proxemics
17. आवाज़ की गुणवत्ता, मात्रा, सुर, गति और अहा, उम, और उह जैसी अस्पष्टताएँ, जिनका उपयोग संदेश देने के लिए किया जाता है, क्या कहलाती हैं?
- गतिविज्ञान
 - पराभाषा
 - वर्णविज्ञान
 - प्रॉक्सिमिक्स
18. The "law of supply" states that, other things remaining the same
- Firms will produce less of a good the more it costs to produce it.
 - Firms will produce more of a good the less it costs to produce it.
 - Firms will produce more of a good the higher its price.
 - Firms will produce less of a good as the required resources become scarcer.
18. "आपूर्ति का नियम" कहता है कि, अन्य बातें समान रहने पर
- किसी वस्तु के उत्पादन की लागत जितनी अधिक होगी, फर्म उसका कम उत्पादन करेगी।
 - किसी वस्तु के उत्पादन की लागत जितनी कम होगी, फर्म उसका अधिक उत्पादन करेगी।
 - किसी वस्तु का मूल्य जितना अधिक होगा, फर्म उसका अधिक उत्पादन करेगी।
 - आवश्यक संसाधन कम होते जाने पर फर्म उसका कम उत्पादन करेगी।

19. Which of the following is the best way to describe equilibrium in a market? At equilibrium,
- The price charged is usually affordable to most people.
 - The supply and demand curves can never shift again.
 - The quantity supplied equals the quantity demanded.
 - The price charged is the lowest possible

19. निम्नलिखित में से कौन सा बाज़ार में संतुलन का वर्णन करने का सबसे अच्छा तरीका है? संतुलन पर,

- ली गई कीमत आमतौर पर ज़्यादातर लोगों के लिए वहनीय होती है।
- आपूर्ति और माँग वक्र कभी भी फिर से नहीं बदल सकते।
- आपूर्ति की गई मात्रा माँगी गई मात्रा के बराबर होती है।
- ली गई कीमत सबसे कम संभव होती है।

20. The proposal is rejected in case the profitability index is _____.
- Less than 2
 - Less than one
 - Less than 7
 - less than 5

20. यदि लाभप्रदता सूचकांक _____ है तो प्रस्ताव अस्वीकृत हो जाता है

- 2 से कम
- एक से कम
- 7 से कम
- 5 से कम

21. The _____ is the channel from raw materials to components to final products that are carried to final buyers.

- communication channel
- distribution channel
- supply chain
- service chain

21. _____ कच्चे माल से लेकर घटकों और अंतिम उत्पादों तक का वह माध्यम है जो अंतिम खरीदारों तक पहुँचाया जाता है।

- संचार माध्यम
- वितरण माध्यम
- आपूर्ति श्रृंखला
- सेवा श्रृंखला

22. If the demand for petrol remains the same even after the increase in petrol prices, it means petrol is a
- Desire
 - Necessity
 - luxury good
 - inferior good
22. यदि पेट्रोल की कीमतों में वृद्धि के बाद भी पेट्रोल की मांग समान रहती है, तो इसका अर्थ है कि पेट्रोल एक
- इच्छा है
 - आवश्यकता है
 - विलासिता की वस्तु है
 - घटिया वस्तु है
23. Which of the following best explains why human resource management is important to all managers?
- Technological changes and global competition require clear organization charts.
 - Sophisticated accounting controls are supported by human resource managers.
 - An enthusiastic labor force is likely to provide financial support to local unions.
 - Investing in human capital enables managers to achieve positive results for the firm.
23. निम्नलिखित में से कौन सा कथन सबसे अच्छी तरह से समझाता है कि मानव संसाधन प्रबंधन सभी प्रबंधकों के लिए क्यों महत्वपूर्ण है?
- तकनीकी परिवर्तनों और वैश्विक प्रतिस्पर्धा के लिए स्पष्ट संगठनात्मक चार्ट की आवश्यकता होती है।
 - परिष्कृत लेखांकन नियंत्रण मानव संसाधन प्रबंधकों द्वारा समर्थित होते हैं।
 - एक उत्साही श्रम शक्ति स्थानीय यूनियनों को वित्तीय सहायता प्रदान करने की संभावना रखती है।
 - मानव पूंजी में निवेश प्रबंधकों को फर्म के लिए सकारात्मक परिणाम प्राप्त करने में सक्षम बनाता है।
24. Which of the following is most consistent with the integrated marketing approach?
- A good product will sell itself.
 - If left alone, consumers are inclined to purchase only inexpensive products.
 - All communication to consumers must deliver a consistent message irrespective of the medium.
 - In order to succeed, the main focus should be on having an efficient production process in place.
24. निम्नलिखित में से कौन एकीकृत विपणन दृष्टिकोण के साथ सबसे अधिक सुसंगत है?
- एक अच्छा उत्पाद खुद बिक जाएगा।
 - अगर अकेला छोड़ दिया जाए, तो उपभोक्ता केवल सस्ते उत्पाद ही खरीदने के लिए इच्छुक होते हैं।
 - उपभोक्ताओं के लिए सभी संचार माध्यम चाहे जो भी हो, एक सुसंगत संदेश देना चाहिए।
 - सफल होने के लिए, मुख्य ध्यान एक कुशल उत्पादन प्रक्रिया स्थापित करने पर होना चाहिए।

25. Which of the following statements about information systems is/are true?

- i. Information systems support business activities.
- ii. Information systems guide managerial decision making.
- iii. Information systems can bring a strategic competitive advantage to the organization.
- iv. Information systems are organized combinations of people, equipment, data, and network resources.
 - a. i, ii, and iii
 - b. Only i, ii, and iv
 - c. Only I, iii, and iv
 - d. i, ii, iii, and iv

25. सूचना प्रणालियों के बारे में निम्नलिखित में से कौन सा/से कथन सत्य है/हैं?

- i. सूचना प्रणालियाँ व्यावसायिक गतिविधियों का समर्थन करती हैं।
- ii. सूचना प्रणालियाँ प्रबंधकीय निर्णय लेने में मार्गदर्शन करती हैं।
- iii. सूचना प्रणालियाँ संगठन को रणनीतिक प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्रदान कर सकती हैं।
- iv. सूचना प्रणालियाँ लोगों, उपकरणों, डेटा और नेटवर्क संसाधनों का संगठित संयोजन हैं।
 - a. i, ii, और iii
 - b. केवल i, ii, और iv
 - c. केवल I, iii, और iv
 - d. i, ii, iii, और iv

26. The pitfalls of the performance appraisal process are:

- a. Halo effect, horn effect and primacy effect
- b. Halo effect, thorn effect and primary affect
- c. Decency effect, primacy effect and spill effect
- d. None of the above

26. निष्पादन मूल्यांकन प्रक्रिया के नुकसान हैं:

- a. प्रभामंडल प्रभाव, हॉर्न इफ़ेक्ट और प्रधानता प्रभाव
- b. प्रभामंडल प्रभाव, काँटा प्रभाव और प्राथमिक प्रभाव
- c. शालीनता प्रभाव, प्रधानता प्रभाव और फैलाव प्रभाव
- d. उपरोक्त में से कोई नहीं

27. What is defined as "The process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives?"

- a. marketing
- b. promotion
- c. advertising
- d. publicity

27. "व्यक्तिगत और संगठनात्मक उद्देश्यों को पूरा करने वाले आदान-प्रदान बनाने के लिए विचारों, वस्तुओं और सेवाओं की अवधारणा, मूल्य निर्धारण, प्रचार और वितरण की योजना बनाने और उसे क्रियान्वित करने की प्रक्रिया" को क्या कहा जाता है?

- a. विपणन
- b. प्रचार
- c. विज्ञापन
- d. प्रचार

28. Which is NOT a Function of Advertising
- Educating Consumers
 - Influences Purchase Decision-Making
 - Helps in top-of-mind Brand Recall
 - Negatively Influencing Brand Identity
28. विज्ञापन का कौन सा कार्य नहीं है?
- उपभोक्ताओं को शिक्षित करना
 - खरीदारी संबंधी निर्णय लेने को प्रभावित करना
 - ब्रांड को याद रखने में मदद करना
 - ब्रांड पहचान पर नकारात्मक प्रभाव डालना
29. Which are the four major elements of promotion mix:
- Advertising, Personal selling, Sales promotion, Public
 - Advertising, Person, Sales promotion, Publicity
 - Advertising, Personal selling, Sales promotion, Publicity
 - Adversity, Personal selling, Sales promotion, Publicity
29. प्रचार मिश्रण के चार प्रमुख तत्व कौन से हैं:
- विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय, विक्रय संवर्धन, सार्वजनिक
 - विज्ञापन, व्यक्ति, विक्रय संवर्धन, प्रचार
 - विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय, विक्रय संवर्धन, प्रचार
 - प्रतिकूलता, व्यक्तिगत विक्रय, विक्रय संवर्धन, प्रचार
30. What is a strategic approach that integrates various communication channels to provide a seamless experience for customers? It enhances the customer's interaction with a brand by creating consistent messages across advertising, sales promotions, public relations, and direct marketing and helps businesses foster long-term customer relationships and maximize marketing effectiveness.
- Integrated Marketing Communication
 - Sales
 - Promotion
 - Advertising
30. वह रणनीतिक दृष्टिकोण क्या है जो ग्राहकों को एक सहज अनुभव प्रदान करने के लिए विभिन्न संचार माध्यमों को एकीकृत करता है? यह विज्ञापन, बिक्री प्रचार, जनसंपर्क और प्रत्यक्ष विपणन में सुसंगत संदेश बनाकर ग्राहक और ब्रांड के बीच संपर्क को बढ़ाता है और व्यवसायों को दीर्घकालिक ग्राहक संबंध बनाने और विपणन प्रभावशीलता को अधिकतम करने में मदद करता है।
- एकीकृत विपणन संचार
 - बिक्री
 - प्रचार
 - विज्ञापन

31. Which of the following is the person responsible for accomplishing an organization's goals by planning, organizing, staffing, leading, and controlling personnel?
- manager
 - entrepreneur
 - generalist
 - marketer
31. निम्नलिखित में से कौन सा व्यक्ति किसी संगठन के लक्ष्यों की योजना, संगठन, स्टाफिंग, नेतृत्व और नियंत्रण के माध्यम से पूर्ति के लिए जिम्मेदार है?
- प्रबंधक
 - उद्यमी
 - सामान्यज्ञ
 - विपणनकर्ता
32. What are Goods whose demands vary inversely with changes in income, either real or nominal called?
- Superior goods
 - Inferior goods
 - fair-priced goods
 - None options is correct
32. वे वस्तुएं क्या कहलाती हैं जिनकी मांग आय में परिवर्तन के साथ व्युत्क्रमानुपाती रूप से बदलती है, चाहे वह वास्तविक हो या नाममात्र?
- श्रेष्ठ वस्तुएँ
 - निम्न वस्तुएँ
 - उचित मूल्य वाली वस्तुएँ
 - कोई भी विकल्प सही नहीं है
33. Which of the following best defines line authority?
- a manager's right to issue orders to other managers or employees
 - management over a small staff in a public firm
 - management with flexible decision-making powers
 - a manager's right to advocate on behalf of his or her department
33. निम्नलिखित में से कौन सा लाइन अथॉरिटी को सबसे अच्छी तरह परिभाषित करता है?
- अन्य प्रबंधकों या कर्मचारियों को आदेश जारी करने का प्रबंधक का अधिकार
 - किसी सार्वजनिक फर्म में एक छोटे से कर्मचारी वर्ग का प्रबंधन
 - लचीली निर्णय लेने की शक्तियों वाला प्रबंधन
 - अपने विभाग की ओर से वकालत करने का प्रबंधक का अधिकार

34. A person's _____ consist(s) of all the groups that have a direct (face-to-face) or indirect influence on his/her attitudes or behaviour.
- subculture
 - social class
 - reference groups
 - social networks
34. किसी व्यक्ति का _____ उन सभी समूहों से मिलकर बनता है जिनका उसके दृष्टिकोण या व्यवहार पर प्रत्यक्ष (आमने-सामने) या अप्रत्यक्ष प्रभाव पड़ता है।
- उपसंस्कृति
 - सामाजिक वर्ग
 - संदर्भ समूह
 - सामाजिक नेटवर्क
35. _____ is a ranking scale in which numbers are assigned to objects to indicate the relative extent to which the objects possess some characteristic. It allows you to determine whether an object has more or less of a characteristic than some other object, but not how much more or less.
- Ordinal scale
 - Interval scale
 - Ratio scale
 - Nominal Scale
35. _____ एक रैंकिंग पैमाना है जिसमें वस्तुओं को संख्याएँ दी जाती हैं ताकि यह दर्शाया जा सके कि उनमें किसी विशेषता की सापेक्ष सीमा क्या है। इससे आप यह निर्धारित कर सकते हैं कि किसी वस्तु में किसी अन्य वस्तु की तुलना में कोई विशेषता अधिक है या कम, लेकिन यह नहीं कि कितनी अधिक या कम।
- क्रमसूचक पैमाना
 - अंतराल पैमाना
 - अनुपात पैमाना
 - नाममात्र पैमाना
36. Which of the following can induce a firm to expand into the international arena?
- Consumer preferences in the domestic market vary widely.
 - Average income level of domestic consumers is high
 - The firm operates in an industry that caters to the mass market.
 - The firm finds that the domestic market is almost saturated.
36. निम्नलिखित में से कौन किसी फर्म को अंतर्राष्ट्रीय क्षेत्र में विस्तार करने के लिए प्रेरित कर सकता है?
- घरेलू बाजार में उपभोक्ता प्राथमिकताएँ व्यापक रूप से भिन्न होती हैं।
 - घरेलू उपभोक्ताओं का औसत आय स्तर उँचा होता है।
 - फर्म एक ऐसे उद्योग में काम करती है जो बड़े पैमाने पर बाजार की ज़रूरतों को पूरा करता है।
 - फर्म को पता चलता है कि घरेलू बाजार लगभग संतृप्त है।

37. A representation of the elements of the target population consisting of a list or set of directions for identifying the target population is a _____.
- sample
 - sample ratio
 - population
 - sampling frame
37. लक्ष्य जनसंख्या के तत्वों का निरूपण, जिसमें लक्ष्य जनसंख्या की पहचान के लिए निर्देशों की एक सूची या समूह शामिल होता है, _____ है।
- नमूना
 - नमूना अनुपात
 - जनसंख्या
 - नमूना चयन ढाँचा
38. What is a scale that connects two bipolar words called?
- dichotomous question
 - multiple-choice question
 - Likert scale
 - semantic differential
38. दो द्विध्रुवीय शब्दों को जोड़ने वाले पैमाने को क्या कहते हैं?
- द्विभाजक प्रश्न
 - बहुविकल्पीय प्रश्न
 - लिकर्ट पैमाना
 - अर्थगत विभेदक
39. The sharing of set-up costs between two related products produced by a firm is referred to as
- Economies of scale
 - Economies of scope
 - Economies of wealth
 - Economies of assets
39. किसी फर्म द्वारा उत्पादित दो संबंधित उत्पादों के बीच स्थापना लागत के बटवारे को क्या कहा जाता है?
- पैमाने की अर्थव्यवस्थाएँ
 - दायरे की अर्थव्यवस्थाएँ
 - धन की अर्थव्यवस्थाएँ
 - परिसंपत्तियों की अर्थव्यवस्थाएँ

40. The research designed to assist the decision maker in determining, evaluating, and selecting the best course of action to take in a given situation is called _____
- Exploratory research
 - Conclusive research
 - Complex research
 - Problem-identification research

40. किसी निश्चित स्थिति में सर्वोत्तम कार्यवाही का निर्धारण, मूल्यांकन और चयन करने में निर्णायकर्ता की सहायता के लिए तैयार किया गया अनुसंधान को _____ कहते हैं
- अन्वेषणात्मक शोध
 - निर्णायक शोध
 - जटिल शोध
 - समस्या-पहचान शोध

41. What does Valence (V), according to Vroom's theory of motivation denote?
- The strength of an individual's preference for a particular outcome.
 - The degree to which the first level outcome would help in attaining the desired second level outcome
 - The probability (ranging from 0-1) that performing a specific action would produce a particular first-level outcome or effort
 - The algebraic sum of the products of the expectancy and instrumentality.

41. वूम के प्रेरणा सिद्धांत के अनुसार वैलेंस (V) क्या दर्शाता है?
- किसी विशेष परिणाम के लिए किसी व्यक्ति की प्राथमिकता की प्रबलता।
 - वह सीमा जिस तक प्रथम स्तर का परिणाम वांछित द्वितीय स्तर के परिणाम को प्राप्त करने में सहायक होगा।
 - किसी विशिष्ट क्रिया के निष्पादन से किसी विशेष प्रथम-स्तरीय परिणाम या प्रयास के उत्पन्न होने की प्रायिकता (0-1 के बीच)
 - प्रत्याशा और साधनता के गुणनफल का बीजगणितीय योग।

42. A market research firm studied some aspects of consumer behavior by administering a questionnaire to a set of consumers randomly selected from the larger population. The information collected through this method is called _____.
- Detailed information
 - Secondary information
 - Sampled information
 - Controlled information

42. एक बाज़ार अनुसंधान फर्म ने बड़ी आबादी में से यादृच्छिक रूप से चुने गए उपभोक्ताओं के एक समूह को प्रश्नावली देकर उपभोक्ता व्यवहार के कुछ पहलुओं का अध्ययन किया। इस विधि द्वारा एकत्रित जानकारी को _____ कहा जाता है।
- विस्तृत जानकारी
 - द्वितीयक जानकारी
 - नमूना जानकारी
 - नियंत्रित जानकारी

43. Which of the following categories of goods and services are most likely to require an aggressive use of the selling concept?
- shopping goods
 - unsought goods
 - necessary goods
 - luxury goods
43. निम्नलिखित में से किस श्रेणी की वस्तुओं और सेवाओं के लिए विक्रय अवधारणा के आक्रामक उपयोग की सबसे अधिक आवश्यकता है?
- खरीदारी की वस्तुएँ
 - अनचाही वस्तुएँ
 - आवश्यक वस्तुएँ
 - विलासिता की वस्तुएँ
44. Which of the following is NOT one of the four main categories of online marketing communications?
- Websites
 - guerrilla marketing
 - search ads
 - display ads
44. निम्नलिखित में से कौन ऑनलाइन मार्केटिंग संचार की चार मुख्य श्रेणियों में से एक नहीं है?
- वेबसाइटें
 - गुरिल्ला मार्केटिंग
 - खोज विज्ञापन
 - प्रदर्शन विज्ञापन
45. Which of the following is most likely NOT one of the goals of a firm's employee orientation program?
- Making new employees feel like part of a team
 - Helping new employees become socialized into the firm
 - Assisting new employees in selecting the best labor union
 - Teaching new employees about the firm's history and strategies
45. निम्नलिखित में से कौन सा संभवतः किसी फर्म के कर्मचारी अभिविन्यास कार्यक्रम का लक्ष्य नहीं है?
- नए कर्मचारियों को टीम का हिस्सा होने का एहसास दिलाना
 - नए कर्मचारियों को फर्म में घुलने-मिलने में मदद करना
 - नए कर्मचारियों को सर्वश्रेष्ठ श्रमिक संघ चुनने में सहायता करना
 - नए कर्मचारियों को फर्म के इतिहास और रणनीतियों के बारे में सिखाना
46. Time series forecasting models try to predict the future based on past data. You can pick models based on:
- Time horizon to forecast
 - Size of forecasting budget
 - Availability of qualified personnel
 - All of the above

46. समय श्रृंखला पूर्वानुमान मॉडल पिछले आँकड़ों के आधार पर भविष्य की भविष्यवाणी करने का प्रयास करते हैं। आप निम्न के आधार पर मॉडल चुन सकते हैं:
- पूर्वानुमान लगाने का समय क्षितिज
 - पूर्वानुमान बजट का आकार
 - योग्य कर्मियों की उपलब्धता
 - उपरोक्त सभी
47. Which of the following benefits are offered by sales promotion tools?
- Sales promotion tools are more authentic and credible to buyers than others such as advertising, public relations, and personal selling.
 - Sales promotion tools can reach prospects who prefer to avoid mass media and targeted promotions.
 - Sales promotion tools are typically an indirect form of "soft-sell" and hence, better received by customers.
 - Sales promotion tools incorporate some concession, inducement, or contribution that gives value to the consumer.
47. विक्रय संवर्धन उपकरण निम्नलिखित में से कौन-से लाभ प्रदान करते हैं?
- विक्रय संवर्धन उपकरण विज्ञापन, जनसंपर्क और व्यक्तिगत विक्रय जैसे अन्य उपकरणों की तुलना में खरीदारों के लिए अधिक प्रामाणिक और विश्वसनीय होते हैं।
 - विक्रय संवर्धन उपकरण उन संभावित ग्राहकों तक पहुँच सकते हैं जो जनसंचार माध्यमों और लक्षित प्रचारों से बचना पसंद करते हैं।
 - विक्रय संवर्धन उपकरण आमतौर पर "सॉफ्ट-सेल" का एक अप्रत्यक्ष रूप होते हैं और इसलिए, ग्राहकों द्वारा बेहतर रूप से स्वीकार किए जाते हैं।
 - विक्रय संवर्धन उपकरण कुछ रियायत, प्रलोभन या योगदान को शामिल करते हैं जो उपभोक्ता को मूल्य प्रदान करते हैं।
48. McCarthy classified marketing activities into the four Ps of the marketing mix. These four Ps stand for _____.
- product, positioning, place, and price
 - product, production, price, and place
 - promotion, place, positioning, and price
 - product, price, promotion, and place
48. मैकार्थी ने विपणन गतिविधियों को विपणन मिश्रण के चार P में वर्गीकृत किया। ये चार P _____ के प्रतीक हैं।
- उत्पाद, स्थिति, स्थान और मूल्य
 - उत्पाद, उत्पादन, मूल्य और स्थान
 - प्रचार, स्थान, स्थिति और मूल्य
 - उत्पाद, मूल्य, प्रचार और स्थान

49. At which stage in the AIDA model involves getting the customer to make a purchase commitment and closing the sale. To the marketer, this is the most critical stage in the selling process but can also be the most difficult. Companies train their sales reps in closing techniques to help them complete the selling process.
- Attention stage
 - Interest stage
 - Desire stage
 - Action stage
49. AIDA मॉडल में किस चरण में ग्राहक से खरीदारी की प्रतिबद्धता करवाना और बिक्री पूरी करना शामिल है? विपणक के लिए, यह विक्रय प्रक्रिया का सबसे महत्वपूर्ण चरण है, लेकिन यह सबसे कठिन भी हो सकता है। कंपनियाँ अपने विक्रय प्रतिनिधियों को विक्रय प्रक्रिया पूरी करने में मदद करने के लिए समापन तकनीकों का प्रशिक्षण देती हैं।
- ध्यान चरण
 - रुचि चरण
 - इच्छा चरण
 - क्रिया चरण
50. Building long-term relationships with customers and establishing Emotional connections through personalized advertising, leading to customer loyalty and trust, fostered by two-way communication, is called
- Rational advertising
 - Revamp Advertising
 - Relationship Marketing
 - Rebound marketing
50. व्यक्तिगत विज्ञापन के माध्यम से ग्राहकों के साथ दीर्घकालिक संबंध बनाना और भावनात्मक जुड़ाव स्थापित करना, जिससे ग्राहक निष्ठा और विश्वास बढ़ता है, और जिसे दो-तरफ़ा संचार द्वारा बढ़ावा मिलता है _____ कहलाता है
- तर्कसंगत विज्ञापन
 - पुनर्रचना विज्ञापन
 - संबंध विपणन
 - पुनर्स्थापन विपणन
51. The process by which an individual selects, organizes, and interprets stimuli into a meaningful and coherent picture of the world is called
- Motive
 - Perception
 - Learning
 - Attitude change
51. वह प्रक्रिया जिसके द्वारा कोई व्यक्ति दुनिया की एक सार्थक और सुसंगत तस्वीर बनाने के लिए उत्तेजनाओं का चयन, आयोजन और व्याख्या करता है, उसे क्या कहते हैं?
- प्रेरणा
 - धारणा
 - अधिगम
 - अभिवृत्ति परिवर्तन

52. Some competitive advantages are sustainable if:
- competitors are unable to imitate the source of advantage
 - no one conceives of a better offering
 - no one is capable of making a focused industry
 - The notion of competitive advantage is imaginary

52. कुछ प्रतिस्पर्धी लाभ टिकाऊ होते हैं यदि:

- प्रतिस्पर्धी लाभ के स्रोत की नकल करने में असमर्थ हों
- कोई भी बेहतर पेशकश की कल्पना नहीं कर सकता
- कोई भी एक केंद्रित उद्योग बनाने में सक्षम नहीं हो
- प्रतिस्पर्धी लाभ की धारणा काल्पनिक है

53. Long-term objectives are Essential for ensuring the firm's success as they

- Provide direction
 - Create synergy
 - Focus coordination
 - Provide a basis for planning, organizing, motivating, and controlling
- Only I is correct
 - I, II, III are correct
 - IV is correct
 - All are correct

53. दीर्घकालिक उद्देश्य फर्म की सफलता सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक हैं क्योंकि वे

- दिशा प्रदान करते हैं
 - तालमेल बनाते हैं
 - समन्वय पर ध्यान केंद्रित करते हैं
 - योजना, आयोजन, प्रेरणा और नियंत्रण के लिए आधार प्रदान करते हैं
- केवल I सही है
 - I, II, III सही हैं
 - IV सही है
 - सभी सही हैं

54. Strategic analysis of macro environmental factors involves examining the broad, external influences that can impact a business. These factors are typically summarized using the PESTEL framework, which stands for

- Political, Economic, Social, Technological, Environmental, and Legal factors
- Political, Economic, Social, Timely, Environmental, and Legal factors
- Political, Economic, Social, Technological, Environmental, and lawful factors
- Political, Ecological, Social, Technological, Environmental, and Legal factors

54. वृहद पर्यावरणीय कारकों के रणनीतिक विश्लेषण में उन व्यापक, बाहरी प्रभावों की जाँच शामिल है जो किसी व्यवसाय को प्रभावित कर सकते हैं। इन कारकों को आमतौर पर PESTEL ढांचे का

उपयोग करके संक्षेपित किया जाता है, जिसका अर्थ है

- राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, तकनीकी, पर्यावरणीय और कानूनी कारक
- राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, समयबद्ध, पर्यावरणीय और कानूनी कारक
- राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक, तकनीकी, पर्यावरणीय और वैध कारक
- राजनीतिक, पारिस्थितिक, सामाजिक, तकनीकी, पर्यावरणीय और कानूनी कारक

55. Telephone networks, flights, local trains and metro services are busy during office working time. The capacity during day time is sufficient or even over loaded at times but remains idle during night. In order to increase usage during non-peak hours what strategy should be used
- Quantity differential pricing
 - Place differential pricing
 - time differential pricing
 - all of the above
55. कार्यालय के कार्य समय के दौरान टेलीफोन नेटवर्क, उड़ानें, लोकल ट्रेनें और मेट्रो सेवाएँ व्यस्त रहती हैं। दिन के समय क्षमता पर्याप्त होती है या कभी-कभी ज़रूरत से ज़्यादा भी हो जाती है, लेकिन रात के समय यह खाली रहती है। गैर-व्यस्त घंटों के दौरान उपयोग बढ़ाने के लिए कौन सी रणनीति अपनाई जानी चाहिए?
- मात्रा विभेदक मूल्य निर्धारण
 - स्थान विभेदक मूल्य निर्धारण
 - समय विभेदक मूल्य निर्धारण
 - उपरोक्त सभी
56. In Servqual Model difference between the target market's expected service and management's perceptions of the target market's expected service is called
- Knowledge Gap
 - Standards Gap
 - Delivery Gap
 - Communication Gap
56. सर्वक्वाल मॉडल में, लक्ष्य बाज़ार की अपेक्षित सेवा और प्रबंधन की लक्ष्य बाज़ार की अपेक्षित सेवा के बारे में धारणाओं के बीच के अंतर को क्या कहते हैं?
- ज्ञान अंतराल
 - मानक अंतराल
 - वितरण अंतराल
 - संचार अंतराल
57. Which is not a characteristic of services?
- Tangible
 - Heterogeneous
 - Inseparable
 - Perishable
57. सेवाओं की कौन सी विशेषता नहीं है?
- मूर्त
 - विषमांगी
 - अविभाज्य
 - नाशवान

58. The return to one's home country from an overseas management assignment is called
- Repatriation
 - Expatriates
 - Inpatriates
 - Depatriation
58. किसी विदेशी प्रबंधन कार्य से अपने देश लौटने को क्या कहते हैं?
- देश-प्रत्यावर्तन
 - प्रवासी
 - अंतर्वासी
 - प्रस्थान
59. The four now-well-known dimensions that Hofstede examined were
- Empower distance, uncertainty avoidance, individualism, and masculinity.
 - Power distance, uncertainty avoidance, individualism, and feminist.
 - Power distance, uncertainty avoidance, individualism, and masculinity.
 - None of the above
59. हॉफस्टेड ने जिन चार अब-प्रसिद्ध आयामों की जाँच की, वे थे:
- सशक्तीकरण दूरी, अनिश्चितता से बचाव, व्यक्तिवाद और पुरुषत्व।
 - शक्ति से दूरी, अनिश्चितता से बचाव, व्यक्तिवाद और नारीवाद।
 - शक्ति से दूरी, अनिश्चितता से बचाव, व्यक्तिवाद और पुरुषत्व।
 - उपरोक्त में से कोई नहीं।
60. A company with _____ allows the values and interests of the parent company to guide strategic decisions.
- Polycentric predisposition
 - an ethnocentric predisposition
 - egocentric predisposition
 - all of the above
60. _____ वाली कंपनी मूल कंपनी के मूल्यों और हितों को रणनीतिक निर्णयों का मार्गदर्शन करने की अनुमति देती है।
- बहुकेन्द्रित प्रवृत्ति
 - जातीय केन्द्रित प्रवृत्ति
 - अहंकार केन्द्रित प्रवृत्ति
 - उपरोक्त सभी
61. What is "the extent to which less powerful members of institutions and organizations accept that power is distributed unequally?" called
- Power distance
 - Uncertainty
 - Prowess
 - Distance from centre

61. "संस्थाओं और संगठनों के कम शक्तिशाली सदस्य किस हद तक यह स्वीकार करते हैं कि शक्ति असमान रूप से वितरित की जाती है?" इसे क्या कहते हैं?
- शक्ति दूरी
 - अनिश्चितता
 - कौशल
 - केंद्र से दूरी
62. What are the 7 Ps of services mix?
- Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence
 - Product, Price, Place, Promotion, People, progression, Physical Evidence
 - Product, Price, Place, Promotion, Priority, Process, Physical Evidence
 - Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Psychological Evidence
62. सेवा मिश्रण के 7 'पी' क्या हैं?
- उत्पाद, मूल्य, स्थान, प्रचार, लोग, प्रक्रिया, भौतिक साक्ष्य
 - उत्पाद, मूल्य, स्थान, प्रचार, लोग, प्रगति, भौतिक साक्ष्य
 - उत्पाद, मूल्य, स्थान, प्रचार, प्राथमिकता, प्रक्रिया, भौतिक साक्ष्य
 - उत्पाद, मूल्य, स्थान, प्रचार, लोग, प्रक्रिया, मनोवैज्ञानिक साक्ष्य
63. What is NOT a stage of customer management cycle?
- Understanding Customers
 - Setting customer service standards
 - Encouraging team work and customer orientation about employees
 - Gossiping with customers to get insights about their wants and needs
63. ग्राहक प्रबंधन चक्र का कौन सा चरण नहीं है?
- ग्राहकों को समझना
 - ग्राहक सेवा मानक निर्धारित करना
 - टीम वर्क को प्रोत्साहित करना और कर्मचारियों के बारे में ग्राहक उन्मुखीकरण
 - ग्राहकों की इच्छाओं और ज़रूरतों के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए उनके साथ गपशप करना
64. What is not a type of customer encounter?
- Direct Personal encounter
 - Indirect Personal encounter
 - Remote encounter
 - Direct impersonal encounter
64. ग्राहक मुलाकात का एक प्रकार क्या नहीं है?
- प्रत्यक्ष व्यक्तिगत मुलाकात
 - अप्रत्यक्ष व्यक्तिगत मुलाकात
 - दूरस्थ मुलाकात
 - प्रत्यक्ष अवैयक्तिक मुलाकात

65. The prices of the services set at just below the rounded sum is
- Penetration pricing.
 - Low Cost pricing.
 - Odd pricing.
 - Even Pricing.
65. पूर्णांकित राशि से ठीक नीचे निर्धारित सेवाओं की कीमतें हैं:
- प्रवेश मूल्य निर्धारण।
 - कम लागत मूल्य निर्धारण।
 - विषम मूल्य निर्धारण।
 - सम मूल्य निर्धारण।
66. The readiness and willingness of employees to help customers by providing prompt timely services, for example, mailing a transaction slip immediately or setting up appointments quickly is
- Responsiveness
 - Reliability
 - Respect for privacy
 - Robustness
66. कर्मचारियों की ग्राहकों को तुरंत और समय पर सेवाएँ प्रदान करके उनकी मदद करने की तत्परता और इच्छा, उदाहरण के लिए, तुरंत लेन-देन पर्ची भेजना या जल्दी से अपॉइंटमेंट लेना, है
- जवाबदेही
 - विश्वसनीयता
 - गोपनीयता का सम्मान
 - दृढ़ता
67. Which of the following would most likely increase employee commitment?
- document the psychological contract
 - create Web-based efficiency programs
 - establish a career development program
 - Promise lifetime employment to managers' family
67. निम्नलिखित में से कौन सा उपाय कर्मचारियों की प्रतिबद्धता को सबसे अधिक बढ़ाएगा?
- मनोवैज्ञानिक अनुबंध का दस्तावेजीकरण
 - वेब-आधारित दक्षता कार्यक्रम बनाना
 - करियर विकास कार्यक्रम स्थापित करना
 - प्रबंधकों के परिवार को आजीवन रोजगार का वादा करना

68. Finding or attracting applicants for an employer's open positions is known as
- succession planning
 - employee recruiting
 - personnel planning
 - job posting
68. किसी नियोक्ता के रिक्त पदों के लिए आवेदकों को ढूँढना या आकर्षित करना कहलाता है
- उत्तराधिकार नियोजन
 - कर्मचारी भर्ती
 - कार्मिक नियोजन
 - नौकरी पोस्टिंग
69. Which of the following indicates the division of work within a firm and the lines of authority and communication?
- process chart
 - employee matrix
 - organization chart
 - corporate overview
69. निम्नलिखित में से कौन सा एक फर्म के भीतर कार्य विभाजन और अधिकार एवं संचार की रेखाओं को दर्शाता है?
- प्रक्रिया चार्ट
 - कर्मचारी मैट्रिक्स
 - संगठन चार्ट
 - कॉर्पोरेट अवलोकन
70. A strategy that focuses on finding and entering new markets for existing products is called:
- Market Penetration.
 - Product Development.
 - Diversification.
 - Market Development
70. मौजूदा उत्पादों के लिए नए बाजारों को खोजने और उनमें प्रवेश करने पर केंद्रित रणनीति को क्या कहते हैं?
- बाजार प्रवेश।
 - उत्पाद विकास।
 - विविधीकरण।
 - बाजार विकास।

71. The purpose of the marketing plan that is included within a business plan is to _____.
- clarify the projected profits of a firm's products
 - set long-term objectives for a firm's middle managers
 - assign measurable goals for a firm's finance team
 - specify the features of a firm's product or service
71. किसी व्यवसाय योजना में शामिल विपणन योजना का उद्देश्य _____ है।
- किसी फर्म के उत्पादों के अनुमानित लाभ को स्पष्ट करना
 - किसी फर्म के मध्य प्रबंधकों के लिए दीर्घकालिक उद्देश्य निर्धारित करना
 - किसी फर्म की वित्तीय टीम के लिए मापनीय लक्ष्य निर्धारित करना
 - किसी फर्म के उत्पाद या सेवा की विशेषताओं को निर्दिष्ट करना
72. Which is/are not true about leading?
- Leading involves directing, influencing, and motivating employees to perform essential tasks
 - Relationships and times are central to leading activities
 - By establishing a proper atmosphere, managers help their employees do their best.
- I, II, and III are true
 - I and II are true
 - Only I and III are true
 - None is true
72. नेतृत्व के बारे में कौन सा/से कथन सत्य नहीं है?
- नेतृत्व में कर्मचारियों को आवश्यक कार्य करने के लिए निर्देशित करना, प्रभावित करना और प्रेरित करना शामिल है।
 - संबंध और समय नेतृत्व गतिविधियों के केंद्र में हैं।
 - एक उचित वातावरण स्थापित करके, प्रबंधक अपने कर्मचारियों को अपना सर्वश्रेष्ठ प्रदर्शन करने में मदद करते हैं।
- I, II और III सत्य हैं।
 - I और II सत्य हैं।
 - केवल I और III सत्य हैं।
 - कोई भी सत्य नहीं है।
73. Which is the correct sequence of steps of the market segmentation procedure
- Survey stage- analysis- Profiling
 - analysis- Profiling- survey
 - Profiling- analysis- survey
 - Profiling –survey- analysis
73. बाजार विभाजन प्रक्रिया के चरणों का सही क्रम कौन सा है?
- सर्वेक्षण चरण- विश्लेषण- प्रोफाइलिंग
 - विश्लेषण- प्रोफाइलिंग- सर्वेक्षण
 - प्रोफाइलिंग- विश्लेषण- सर्वेक्षण
 - प्रोफाइलिंग- सर्वेक्षण- विश्लेषण

74. Which of the following statements about market segmentation is true?
- It involves changing the identity of a product, relative to the identity of competing products, in the collective minds of the target market.
 - It is a process of evaluating each segment's attractiveness and selecting one or more to enter.
 - It is a process of creating an image or identity of the product in the minds of the target market.
 - It is a process of identifying and profiling distinct groups of buyers who differ in their needs and wants.
74. बाजार विभाजन के बारे में निम्नलिखित में से कौन सा कथन सत्य है?
- इसमें लक्षित बाजार के सामूहिक मन में, प्रतिस्पर्धी उत्पादों की पहचान के सापेक्ष, किसी उत्पाद की पहचान को बदलना शामिल है।
 - यह प्रत्येक खंड के आकर्षण का मूल्यांकन करने और प्रवेश के लिए एक या अधिक का चयन करने की एक प्रक्रिया है।
 - यह लक्षित बाजार के मन में उत्पाद की एक छवि या पहचान बनाने की एक प्रक्रिया है।
 - यह खरीदारों के अलग-अलग समूहों की पहचान करने और उनकी रूपरेखा तैयार करने की एक प्रक्रिया है, जिनकी ज़रूरतें और इच्छाएँ अलग-अलग होती हैं।
75. A reliable employment test will most likely yield _____.
- consistent scores when a person takes two alternate forms of the test
 - improved scores when a person takes the same test more than once in a single day
 - high scores when a person takes two alternate forms of the test on different occasions
 - similar scores when two different people are administered the test at different times
75. एक विश्वसनीय रोजगार परीक्षण से संभवतः _____ परिणाम प्राप्त होंगे।
- जब कोई व्यक्ति परीक्षण के दो वैकल्पिक रूप लेता है तो एकसमान अंक प्राप्त होते हैं।
 - जब कोई व्यक्ति एक ही दिन में एक ही परीक्षा एक से अधिक बार लेता है तो बेहतर अंक प्राप्त होते हैं।
 - जब कोई व्यक्ति अलग-अलग अवसरों पर परीक्षण के दो वैकल्पिक रूप लेता है तो उच्च अंक प्राप्त होते हैं।
 - जब दो अलग-अलग लोगों को अलग-अलग समय पर परीक्षण दिया जाता है तो समान अंक प्राप्त होते हैं।

76. According to David C. McClelland, which among the following is the profile of a typical high achiever?
- Need for prompt and precise feedback
 - High degree of risk-taking
 - Total dedication towards the task
 - Satisfaction with material rewards
- Only i and ii
 - Only i and iii
 - Only i, iii, and iv
 - Only ii, iii, and iv
76. डेविड सी. मैक्लेलैंड के अनुसार, निम्नलिखित में से कौन एक विशिष्ट उच्च उपलब्धि प्राप्त व्यक्ति की विशेषता है?
- शीघ्र और सटीक प्रतिक्रिया की आवश्यकता
 - जोखिम लेने की उच्च क्षमता
 - कार्य के प्रति पूर्ण समर्पण
 - भौतिक पुरस्कारों से संतुष्टि
- केवल i और ii
 - केवल i और iii
 - केवल i, iii और iv
 - केवल ii, iii और iv
77. Unlike physical products, services cannot be seen, tasted, felt, heard, or smelled before they are bought. This is known as the _____ aspect of services.
- Intangibility
 - Variability
 - Perishability
 - inseparability
77. भौतिक उत्पादों के विपरीत, सेवाओं को खरीदे जाने से पहले देखा, चखा, महसूस, सुना या सूंघा नहीं जा सकता। इसे सेवाओं का _____ पहलू कहा जाता है।
- अमूर्तता
 - परिवर्तनशीलता
 - नाशवानता
 - अविभाज्यता

78. Each phase of the marketing research process is important. If in the first phase of the process the problem is identified, what is done after that, but before data is collected?
- Determine the solution to the problem, identify relevant information sources and evaluate data collection methods
 - Determine what information is needed, identify relevant information sources, and evaluate data collection methods
 - Determine the solution to the problem, determine what information is needed, and identify relevant information sources.
 - Determine what information is needed, evaluate data collection methods, and analyze the data
78. विपणन अनुसंधान प्रक्रिया का प्रत्येक चरण महत्वपूर्ण है। यदि प्रक्रिया के पहले चरण में समस्या की पहचान हो जाती है, तो उसके बाद, लेकिन आँकड़े एकत्र करने से पहले, क्या किया जाता है?
- समस्या का समाधान निर्धारित करें, प्रासंगिक सूचना स्रोतों की पहचान करें और आँकड़े एकत्र करने की विधियों का मूल्यांकन करें।
 - आवश्यक सूचना निर्धारित करें, प्रासंगिक सूचना स्रोतों की पहचान करें और आँकड़े एकत्र करने की विधियों का मूल्यांकन करें।
 - समस्या का समाधान निर्धारित करें, आवश्यक सूचना निर्धारित करें और प्रासंगिक सूचना स्रोतों की पहचान करें।
 - आवश्यक सूचना निर्धारित करें, आँकड़े एकत्र करने की विधियों का मूल्यांकन करें और आँकड़ों का विश्लेषण करें।
79. As per the equity theory, _____ refers to the perceived fairness of the manner in which rewards are offered, both in terms of quantity of the reward received by the individual as well as in terms of the distribution of rewards between individuals.
- Procedural justice
 - perceived equity
 - Distributive justice
 - locus of control
79. समता सिद्धांत के अनुसार, _____ उस तरीके की कथित निष्पक्षता को संदर्भित करता है जिसमें पुरस्कार प्रदान किए जाते हैं, व्यक्ति द्वारा प्राप्त पुरस्कार की मात्रा के साथ-साथ व्यक्तियों के बीच पुरस्कारों के वितरण के संदर्भ में भी।
- प्रक्रियात्मक न्याय
 - कथित समता
 - वितरणात्मक न्याय
 - नियंत्रण का स्थान

80. Which of the following is not a consideration when making the decision to conduct marketing research?
- the consumer's attitude toward research
 - the costs versus the benefits of research
 - the resources available to conduct the research
 - the resources available to implement the research findings
80. विपणन अनुसंधान करने का निर्णय लेते समय निम्नलिखित में से किस पर विचार नहीं किया जाता है?
- अनुसंधान के प्रति उपभोक्ता का दृष्टिकोण
 - अनुसंधान की लागत बनाम लाभ
 - अनुसंधान करने के लिए उपलब्ध संसाधन
 - अनुसंधान निष्कर्षों को लागू करने के लिए उपलब्ध संसाधन
81. The relatively homogeneous and enduring divisions in a society, which are hierarchically ordered and whose members share similar values, interests, and behavior constitute a _____.
- Culture
 - Subculture
 - social class
 - family
81. किसी समाज में अपेक्षाकृत समरूप और स्थायी विभाजन, जो पदानुक्रमिक रूप से व्यवस्थित होते हैं और जिनके सदस्य समान मूल्यों, रुचियों और व्यवहार को साझा करते हैं, _____ का निर्माण करते हैं।
- संस्कृति
 - उपसंस्कृति
 - सामाजिक वर्ग
 - परिवार
82. What is the tendency of the deviations from the mean to be larger in one direction than in the other?
- Kurtosis
 - type I error
 - skewness
 - Type II error
82. माध्य से विचलनों के एक दिशा में दूसरी दिशा की अपेक्षा अधिक होने की प्रवृत्ति क्या है?
- कुर्टोसिस
 - प्रकार I त्रुटि
 - विषमता
 - प्रकार II त्रुटि

83. Which type of positioning involves setting the brand apart from competitors based on specific brand qualities offered?
- Positioning by Price / Quality
 - Positioning by User application
 - Positioning by Product Class
 - Positioning by attributes and benefits
83. किस प्रकार की पोजिशनिंग में विशिष्ट ब्रांड गुणों के आधार पर ब्रांड को प्रतिस्पर्धियों से अलग करना शामिल है?
- मूल्य/गुणवत्ता के आधार पर पोजिशनिंग
 - उपयोगकर्ता अनुप्रयोग के आधार पर पोजिशनिंग
 - उत्पाद वर्ग के आधार पर पोजिशनिंग
 - विशेषताओं और लाभों के आधार पर पोजिशनिंग
84. A brand may have a true and distinctive competitive advantage called a
- Differentiation
 - Competence
 - Unique Selling Proposition
 - Positioning
84. किसी ब्रांड के पास एक सच्चा और विशिष्ट प्रतिस्पर्धात्मक लाभ हो सकता है जिसे कहा जाता है:
- विभेदीकरण
 - क्षमता
 - विशिष्ट विक्रय प्रस्ताव
 - स्थिति निर्धारण
85. There have been various approaches taken to define a new product or a new service; one of the approaches is
- Firm -oriented: A firm-oriented approach treats the newness of a product from the perspective of the competitor producing or marketing it. When the product is "new" to the competitor, it is considered new.
 - Product-oriented: This focuses on the features inherent in the competitor itself and on the effects these features are likely to have on competitors' established usage patterns.
 - Market-oriented: A market-oriented approach judges the newness of a product in terms of how much exposure consumers have to the new product.
 - Consumer-oriented: In this context, a "new" product is any product that a potential competitor judges to be new.

85. किसी नए उत्पाद या नई सेवा को परिभाषित करने के लिए विभिन्न दृष्टिकोण अपनाए गए हैं; इनमें से एक दृष्टिकोण है
- फर्म-उन्मुख: एक फर्म-उन्मुख दृष्टिकोण किसी उत्पाद की नवीनता को उसके उत्पादन या विपणन करने वाले प्रतियोगी के दृष्टिकोण से देखता है। जब उत्पाद प्रतियोगी के लिए "नया" होता है, तो उसे नया माना जाता है।
 - उत्पाद-उन्मुख: यह प्रतियोगी में निहित विशेषताओं और प्रतियोगियों के स्थापित उपयोग पैटर्न पर इन विशेषताओं के संभावित प्रभावों पर केंद्रित होता है।
 - बाज़ार-उन्मुख: एक बाज़ार-उन्मुख दृष्टिकोण किसी उत्पाद की नवीनता का आकलन इस आधार पर करता है कि उपभोक्ताओं का उस नए उत्पाद से कितना संपर्क है।
 - उपभोक्ता-उन्मुख: इस संदर्भ में, एक "नया" उत्पाद वह उत्पाद है जिसे एक संभावित प्रतियोगी नया मानता है।
86. What are the stages in the Innovation adoption process
- Awareness, Interest, Evangelist, Trial, Adoption/Rejection
 - Awareness, Interest, Evaluation, Trial, Adoption/Rejection
 - Attention, Interest, Evaluation, Trial, Adoption/Rejection
 - Awareness, Innovation, Evaluation, Trial, Adoption/Rejection
86. नवाचार अपनाने की प्रक्रिया के चरण क्या हैं?
- जागरूकता, रुचि, प्रचारक, परीक्षण, अपनाना/अस्वीकृति
 - जागरूकता, रुचि, मूल्यांकन, परीक्षण, अपनाना/अस्वीकृति
 - ध्यान, रुचि, मूल्यांकन, परीक्षण, अपनाना/अस्वीकृति
 - जागरूकता, नवाचार, मूल्यांकन, परीक्षण, अपनाना/अस्वीकृति
87. In which strategy the focus is on creating demand at the consumer level, so that consumers actively seek out the product. The idea is to take the product through the distribution channels by creating a strong demand among final consumers, who will then request the product from retailers.
- Pull strategy
 - Push strategy
 - Frontal strategy
 - First mover strategy
87. किस रणनीति में उपभोक्ता स्तर पर मांग पैदा करने पर ध्यान केंद्रित किया जाता है, ताकि उपभोक्ता सक्रिय रूप से उत्पाद की तलाश करें। इसका उद्देश्य अंतिम उपभोक्ताओं के बीच एक मजबूत मांग पैदा करके उत्पाद को वितरण चैनलों के माध्यम से ले जाना है, जो फिर खुदरा विक्रेताओं से उत्पाद की मांग करेंगे।
- पुल रणनीति
 - पुश रणनीति
 - फ्रंटल रणनीति
 - फर्स्ट मूवर रणनीति

88. What consists of evaluating each market segment's attractiveness and selecting one or more market segments to enter?
- Positioning
 - Advertising
 - Market segmentation
 - Targeting
88. प्रत्येक बाज़ार खंड के आकर्षण का मूल्यांकन और प्रवेश के लिए एक या अधिक बाज़ार खंडों का चयन करने में क्या शामिल है?
- स्थिति निर्धारण
 - विज्ञापन
 - बाज़ार विभाजन
 - लक्ष्यीकरण
89. The perceived benefits a customer gets from a product relative to its cost. It balances what customers give (money, time, effort) and what they get (quality, experience, satisfaction). This is:
- Satisfaction
 - Value
 - Needs
 - Desires
89. किसी उत्पाद से ग्राहक को उसकी लागत के सापेक्ष मिलने वाले अनुमानित लाभ। यह ग्राहकों द्वारा दिए गए धन (धन, समय, प्रयास) और उन्हें प्राप्त होने वाले धन (गुणवत्ता, अनुभव, संतुष्टि) के बीच संतुलन स्थापित करता है। यह है:
- संतुष्टि
 - मूल्य
 - आवश्यकताएँ
 - इच्छाएँ
90. The process of taking advantage of an event or a current occurrence with which a brand can deliver relevant and relatable content. Brands can actually insert themselves into the current happenings and market themselves is called
- Moment Marketing
 - Meme Marketing
 - Guerrilla Marketing
 - Advocacy Marketing
90. किसी घटना या वर्तमान स्थिति का लाभ उठाकर एक ब्रांड द्वारा प्रासंगिक और प्रासंगिक सामग्री प्रदान करने की प्रक्रिया। ब्रांड वास्तव में वर्तमान घटनाओं में खुद को शामिल कर सकते हैं और खुद का विपणन कर सकते हैं, इसे कहते हैं
- मोमेंट मार्केटिंग
 - मीम मार्केटिंग
 - गुरिल्ला मार्केटिंग
 - एडवोकेसी मार्केटिंग

91. In which strategy, a challenger competes head-on with the market leader across all dimensions, such as price, product quality, and marketing efforts? The goal is to attract customers away from the leader by offering a better value proposition. These attacks can be risky, especially if the leader has significant resources, but they can also lead to substantial gains if executed successfully.
- Frontal Attack
 - Flanking attack
 - Encirclement Attack
 - Bypass Attack

91. किस रणनीति में, एक प्रतिद्वंद्वी बाज़ार के अग्रणी के साथ सभी आयामों, जैसे कीमत, उत्पाद की गुणवत्ता और विपणन प्रयासों, पर सीधा मुकाबला करता है? इसका लक्ष्य बेहतर मूल्य प्रस्ताव देकर ग्राहकों को अग्रणी से दूर आकर्षित करना है। ये हमले जोखिम भरे हो सकते हैं, खासकर अगर अग्रणी के पास पर्याप्त संसाधन हों, लेकिन अगर इन्हें सफलतापूर्वक अंजाम दिया जाए तो ये काफी लाभ भी पहुँचा सकते हैं।

- सम्मुख प्रहार
- पार्श्व आक्रमण
- घेरा आक्रमण
- बाईपास आक्रमण

92. What is a well-known and well-researched social motive that has far-reaching influence on consumer behaviour? This need suggests that behaviour is strongly influenced by the desire for friendship, for acceptance, for belonging. People who are high on these needs tend to be socially dependent on others. They often select goods they feel will meet the approval of friends. Teenagers who hang out at fast-food stores or techies who congregate at computer shows often do so more for the satisfaction of being with others than for making a purchase. This need is

- Need for power
- Need to show off
- Need for affiliation
- Need for achievement

92. एक प्रसिद्ध और सुशोधित सामाजिक प्रेरणा क्या है जिसका उपभोक्ता व्यवहार पर दूरगामी प्रभाव पड़ता है? यह आवश्यकता बताती है कि व्यवहार मित्रता, स्वीकृति और अपनेपन की इच्छा से अत्यधिक प्रभावित होता है। जिन लोगों में ये आवश्यकताएँ प्रबल होती हैं, वे सामाजिक रूप से दूसरों पर निर्भर होते हैं। वे अक्सर ऐसी वस्तुओं का चयन करते हैं जिनके बारे में उन्हें लगता है कि वे उनके मित्रों को पसंद आएंगी। फ़ास्ट-फ़ूड स्टोर पर घूमने वाले किशोर या कंप्यूटर शो में एकत्रित होने वाले तकनीकी विशेषज्ञ अक्सर खरीदारी करने से ज़्यादा दूसरों के साथ होने की संतुष्टि के लिए ऐसा करते हैं। यह आवश्यकता है

- शक्ति की आवश्यकता
- दिखावा करने की आवश्यकता
- संबद्धता की आवश्यकता
- उपलब्धि की आवश्यकता

93. The key elements of motivation are
- Intensity, Direction, Persistence
 - moderation, trend, feebleness
 - concentration, deflection, Persistence
 - Intensity, Direction, fragility
93. प्रेरणा के प्रमुख तत्व हैं
- तीव्रता, दिशा, दृढ़ता
 - संयम, प्रवृत्ति, दुर्बलता
 - एकाग्रता, विक्षेपण, दृढ़ता
 - तीव्रता, दिशा, भंगुरता
94. Which of the following is not a service quality dimension
- Competence
 - Courtesy
 - Credibility
 - Insecurity
94. निम्नलिखित में से कौन सा सेवा गुणवत्ता आयाम नहीं है?
- योग्यता
 - शिष्टाचार
 - विश्वसनीयता
 - असुरक्षा
95. Which is true about Porter's Five Forces Model
- It is a tool used to analyse a market or industry and determine its competitiveness.
 - These five forces were developed by Harvard Business School professor Michael Porter
 - The five forces are: internal competition, the potential for new entrants, the negotiating power of suppliers, the negotiating power of customers, and the ability of customers to find substitutes.
 - Businesses can use the model to determine the intensity of competition and potential profitability, helping them better understand where power lies in their sector
- Only I is correct
 - I and II are correct
 - All are incorrect
 - All are correct
95. पोर्टर के पाँच बल मॉडल के बारे में क्या सत्य है?
- यह एक उपकरण है जिसका उपयोग किसी बाज़ार या उद्योग का विश्लेषण करने और उसकी प्रतिस्पर्धात्मकता निर्धारित करने के लिए किया जाता है।
 - इन पाँच बलों को हार्वर्ड बिज़नेस स्कूल के प्रोफ़ेसर माइकल पोर्टर ने विकसित किया था।
 - ये पाँच बल हैं: आंतरिक प्रतिस्पर्धा, नए प्रवेशकों की संभावना, आपूर्तिकर्ताओं की बातचीत करने की क्षमता, ग्राहकों की बातचीत करने की क्षमता और ग्राहकों की विकल्प खोजने की क्षमता।
 - व्यवसाय इस मॉडल का उपयोग प्रतिस्पर्धा की तीव्रता और संभावित लाभप्रदता का निर्धारण करने के लिए कर सकते हैं, जिससे उन्हें यह समझने में मदद मिलती है कि उनके क्षेत्र में शक्ति कहाँ निहित है।
- केवल I सही है।
 - I और II सही हैं।
 - सभी गलत हैं।
 - सभी सही हैं।

96. SERVQUAL's Five Dimensions are
- Reliability, Assertiveness, Tangibles, Indifference, Responsiveness
 - Reliability, Assurance, Trustworthiness, Empathy, Responsiveness
 - Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness
 - Reliability, Insurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness
96. सर्वक्वाल के पाँच आयाम हैं
- विश्वसनीयता, दृढ़ता, मूर्त, उदासीनता, जवाबदेही
 - विश्वसनीयता, आश्वासन, विश्वसनीयता, सहानुभूति, जवाबदेही
 - विश्वसनीयता, आश्वासन, मूर्त, सहानुभूति, जवाबदेही
 - विश्वसनीयता, बीमा, मूर्त, सहानुभूति, जवाबदेही
97. Services cannot be patented and Services cannot be readily displayed or communicated and Pricing is difficult. These are
- Implications of service Heterogeneity
 - Implications of service Intangibility
 - Implications of service security
 - None are implications
97. सेवाओं का पेटेंट नहीं कराया जा सकता और सेवाओं को आसानी से प्रदर्शित या संप्रेषित नहीं किया जा सकता और मूल्य निर्धारण कठिन है। ये हैं:
- सेवा विविधता के निहितार्थ
 - सेवा अमूर्तता के निहितार्थ
 - सेवा सुरक्षा के निहितार्थ
 - कोई भी निहितार्थ नहीं हैं
98. The percentage of purchases within the relevant category accounted for by the brand in question is known as
- Market Share
 - Share of Mind
 - Share of Requirements
 - Share of heart
98. संबंधित श्रेणी में ब्रांड द्वारा की गई खरीदारी के प्रतिशत को कहा जाता है
- बाजार हिस्सेदारी
 - दिमाग का हिस्सा
 - आवश्यकताओं का हिस्सा
 - दिल का हिस्सा

99. The form of trade promotion in which retailers receive allowances from a manufacturer for featuring its product or brand in designated advertisements or displays, and charges the manufacturer for the same is termed as
- Free goods allowance
 - Count and Recount Allowance
 - Slotting allowance
 - Bill Back Allowance
99. व्यापार संवर्धन का वह रूप जिसमें खुदरा विक्रेता किसी निर्माता से उसके उत्पाद या ब्रांड को निर्दिष्ट विज्ञापनों या प्रदर्शनों में प्रदर्शित करने के लिए भत्ते प्राप्त करते हैं, और इसके लिए निर्माता से शुल्क लेते हैं, उसे क्या कहते हैं?
- निःशुल्क माल भत्ता
 - गणना और पुनर्गणना भत्ता
 - स्लॉटिंग भत्ता
 - बिल वापसी भत्ता
100. Brand Differentiation can be done on the following basis
- Generic differentiation
 - Pre-Emptive differentiation
 - Augmented product
 - All of the above
100. ब्रांड विभेदीकरण निम्नलिखित आधार पर किया जा सकता है
- सामान्य विभेदीकरण
 - पूर्व-निर्धारित विभेदीकरण
 - संवर्धित उत्पाद
 - उपरोक्त सभी
-