T.Y.B.Com. Marketing- Sem V
SAMPLE MODEL QUESTIONS

M1

_________ concept of marketing starts with identifying customer wants and ends up with the satisfaction of those wants.

a) Product b) Production

c) Marketing* d) Promotion

______ वपणनाची संकल्पना ग्राहकांच्या इच्छा ओळखण्यापासून सुरु होऊन त्याचा शेवट त्या इच्छांच्या समाधानाने होतो.

अ) वस्तु ब) उत्पादन

क) वपणन ड) वक्रयवृद्धी

The traditional concept of marketing revolved around _________.

a) Profit maximization* b) Product differentiation

c) brand building d) buyer

वपणनाची पारंपारिक संकल्पना _________ च्या भोवती फरते.

अ) जास्त नफा कम वणे ब) वस्तु भेद

क) नाममुद्रा नि र्मती ड) ग्राहक

__________ marketing is marketing of goods which are environment friendly.

a) Internet b) Social Media

c) Green* d) Customer relationship marketing

_______ वपणन म्हणजे पर्यावरण अनुकूल असलेल्या वस्तूंचे वपणन.

अ) इंटरनेट ब) सामाजिक माध्यम

क) हरित ड) ग्राहक संबंध

__________marketing makes use of electronic devices such as computers, tablets, smartphone.

a) Social b) Event

c) Digital* d) Green

_________ वपणन संगणक, त्याब्लेत, स्मार्तफोन सारख्या इलेक्ट्रोनिक्स उपकरणांचा वापर करते.

अ) सामाजिक ब) घटना

क) डजिटल ड) हरित

Modern marketing is a process which aims at __________.
a) The production concept b) The Supplier Concept
c) The societal marketing concept* d) The selling concept

आधुनिक वपणन ही एक प्र क्रया आहे ज्याचे लक्ष्य __________ आहे.
अ) उत्पादन संकल्पना ब) पुरवठादार संकल्पना
क) सामाजिक वपणन संकल्पना ड) वक्री संकल्पना

Strategic Marketing is a process which aims is _________. .
a) production b) profit making
c) satisfaction of customer's needs* d) selling products

दावपेचात्न्मक मार्केटिंग ही एक प्र क्रया आहे ज्याचे लक्ष्य _________ आहे. .
अ) उत्पादन ब) नफा मळवणे
क) ग्राहकांच्या गरजा पूर्ण करणे ड) उत्पादनाची वक्री करणे

_______ is one of the most basic influences on an individual needs, wants and behavior.
a) Brand b) Culture*
c) Product d) Price

_______ चा एखाद्या व्यक्तीच्या गरजा, इच्छा आ ण वागणूक यावर सर्वात मूलभूत प्रभाव असतो.
अ) नाममुद्रा ब) संस्कृती
क) उत्पादन ड) कंमत

Modern Marketing was in existence mainly ________
a) 20th century b) 21st century*
c) 19th century d) 18th century.

आधुनिक वपणन _______ काळात प्रामुख्याने अस्तित्वात होते.
अ) २०वे शतक ब) २१ वे शतक
क) १९वे शतक ड) १८वे शतक

_____ is a component of Marketing Information System.
a) Niche Marketing b) Data analysis
c) Consumer behaviour d) Marketing research*

_____ हा वपणन माहिती प्रणालीचा एक घटक आहे.
अ) निश वपणन ब) निश वपणन
क) ग्राहकांची वर्तणुक ड) वपणन संशोधन

Non personal form of mass communication is __________

a) Advertising* b) Personal selling

c) Sales promotion d) Publicity

सामूहिक संप्रेषणाचे _______ हे अवैयक्तिक स्वरूप आहे

अ) जाहिरात ब) वैयक्तिक वक्री

क) वक्री जाहिरात ड) प्र सद्धी

_____ is the process of analyzing large amounts of data in order to discover patterns and other information.

a) Data mining* b) Survey

c) Data exchange d) Job specification

नमुना आ ण इतर माहिती शोधण्यासाठी _____ मोठ्या प्रमाणात माहितीचे वश्लेषण करण्याची प्र क्रया आहे.

अ) माहिती खनन ब) सर्वेक्षण

क) माहिती वनिमय ड) कार्यनिकष

Cultural factor is influenced on _____________

a) Market segmentation b) Consumer behavior*

c) Job satisfaction d) Job analysis

_________ वर सांस्कृतिक घटकांचा प्रभाव पडतो.

अ) बाजारपेठ वभागीकरण ब) ग्राहकांची वर्तणुक

क) कार्य समाधान ड) कार्य वश्लेषण

Setting and communicating the value of products and services is a __________ marketing function.

a) Marketing Information System b) Pricing*

c) Financing d) Promotion

वस्तु आ ण सेवांचे मूल्य ठर वणे आ ण संप्रेषण करणे हे _______हे वपणनाचे कार्य आहे.

अ) वपणन माहिती प्रणाली ब) कंमत निर्धारण

क) वत्तीय ड) पदोन्नती

Subdivision of Marketing is called as _____________.

a) marketing segmentation* b) only segmentation

c) decision of market d) allocation of market

वपनानाच्या उप वभागाला_____________ असे म्हणतात.

अ) वपणन वभागीकरण ब) फक्त वभागीकरण

क) बाजारपेठ निर्णय ड) बाजाराचे वतरण

The concept of marketing involves a deliberate and careful choice of organisation, product, price promotion and place strategies and _______.

a) Policies*   b) concept

c) Planning   d) all of these

वपणनाच्या संकल्पनेत जाणीवपूर्वक आ ण काळजीपूर्वक संस्थेची निवड, उत्पादन, कंमत प्रोत्साहन आ ण ठिकाणांची रणनीती आ ण _______ करणे समा वष्ट आहे.

अ) धोरणे   ब) संकल्पना

क) नियोजन   ड) यापैकी सर्व

A consumer buying behavior is influenced by _________

a) Culture & Social Factor   b) Personal factor

c) Both A and B*   d) None of these

ग्राहकांच्या खरेदी वर्तणुकीवर _________ चा प्रभाव पडतो.

अ) संस्कृती आ ण सामाजिक घटक   ब) वैयक्तिक घटक

क) अ आ ण ब दोन्ही*   ड) यापैकी नाही

Process of manage information about customers to maximize loyalty is said to be _____.

a) company relationship Management   b) supplier management

c) retailer's management   d) customer relationship management*

ग्राहकां वषयी अ धका धक निष्ठा वाढ वण्यासाठी माहिती व्यवस्था पत करण्याच्या प्र क्रयेला _____ असे म्हणतात.

अ) कंपनी संबंध व्यवस्थापन   ब) पुरवठादार व्यवस्थापन

क) वक्रेत्याचे व्यवस्थापन   ड) ग्राहक संबंध व्यवस्थापन

_______ means introducing a product in a small segment of the market.

a) Internet marketing

b) Test Marketing*

c) Marketing research

d) Market segmentation

_______ म्हणजे बाजारातील एका छोट्या वभागात उत्पादनाचा प्रवेश करणे.

अ) इंटरनेट वपणन   ब) चाचणी वपणन

क) वपणन संशोधन   ड) बाजारपेठ वभागीकरण

_______ is a function of marketing.

a) Packaging and labeling*   b) Goodwill

c) Create utility   d) SWOT analysis

_______ हे वपणनाचे कार्य आहे.

अ) संवेष्टन आ ण चत्ठीकरण   ब) ख्याती

क) उपयो गता नि र्मती   ड) SWOT वश्लेषण

Segmentation basis of variables such as local, regional, national and international is called as __________.

a) Demographic b) Sociographic
c) Geographic* d) Psychographic

स्थानिक, प्रादे शक, राष्ट्रीय आ ण आंतरराष्ट्रीय अशा वभाजन आधारास _________ वभाजन असे म्हणतात.

अ) लोकसंख्याशास्त्रदृष्ट्या ब) समाजशास्त्र वषयकदृष्ट्या
क) भौगो लकदृष्ट्या ड) मानसशास्त्रीयदृष्ट्या

Segmentation basis of variables such as age, gender, income group is called as __________.

a) Demographic* b) Sociographic
c) Geographic d) Psychographic

वय, लंग, उत्पन्न गटासारख्या वभाजन आधारास _________ वभाजन म्हणतात.

अ) लोकसंख्याशास्त्रदृष्ट्या ब) समाजशास्त्र वषयकदृष्ट्या
क) भौगो लकदृष्ट्या ड) मानसशास्त्रीयदृष्ट्या

People in the market are in ________ stages of readiness to buy a product.

a) similar b) different*
c) parallel d) comparable

बाजारातील लोक उत्पादन खरेदी करण्याच्या तयारीच्या _______ अवस्थेत असतात..

अ) समान ब) भन्न
क) समांतर ड) तुलनात्मक

When seller given incentives to buyer in order to promote the sale of the product in the market is called as ____________.

a) Advertising b) Personal selling
c) Sales promotion* d) Publicity

जेव्हा वक्रेता बाजारपेठेत उत्पादनांच्या वक्रीस प्रोत्साहन देण्यासाठी खरेदीदारास प्रोत्साहन देतो तेव्हा त्याला ___________ म्हटले जाते.

अ) जाहिरात ब) वैयक्तिक वक्री
क) वक्रय वृद्धी ड) प्र सद्धी

Family is a ___________ factor influencing on consumer behaviour.

a) age b) occupation
c) motivation d) social*

कुटुंब हा एक __________ घटक आहे जो ग्राहकांच्या वर्तणुकीवर परिणाम करतो.

अ) वय ब) व्यवसाय
क) अ भप्रेरण ड) सामाजिक

Logistic relates to ___________ of goods.

a) Production b) transportation

c) Distribution* d) all of the above

लॉजिस्टिकचा ___________ वस्तूंशी संबंध आहे.

अ) उत्पादन ब) वाहतूक

क) वतरण ड) वरीलपैकी सर्व

________ analyses the data and identifies patterns from data.

a) Market segmentation b) Market targeting

c) Data mining* d) Data collection

________ माहितीचे वश्लेषण करते आ ण माहितीमधील नमुने ओळखते.

अ) बाजारपेठ वभाजन ब) बाजारपेठ लक्ष्यीकरण

क) माहिती खनन ड) माहिती संकलन

When marketer offers more than one product in several segments is called as ________ specialization.

a) multi-segment* b) single segment

c) product d) market positioning

जेव्हा वक्रेता अनेक वभागांमध्ये एकापेक्षा जास्त उत्पादनांना सहभागी करते तेव्हा त्याला ________ वशेषता म्हणतात.

अ) एका धक वभा गकरण ब) एकल वभा गकरण

क) वस्तु ड) बाजारपेठ स्थान

Buying motives are _________ at the time of consumers buy product.

a) comparable b) different*

c) equivalent d) similar

खरेदी प्रेरणा ही ग्राहकांच्या वस्तू खरेदी वेळी_______ असते.

अ) तुलनात्मक ब) भन्न

क) समतुल्य क) समान

Process of selecting market from the entire market is termed as ________.

a) Targeting* b) Positioning

c) Segmenting d) Strategy

संपूर्ण बाजारपेठेमधून बाजारपेठेची निवड करण्याच्या प्र क्रयेस ________ म्हणतात.

अ) लक्षियत बाजार ब) स्थिती निर्धारण

क) वभागीकरण ड) व्युहरचना

______ support system in marketing is a co-ordinated collection of data, system, tools and techniques with supporting software and hardware.

a) Decision* b) Price
c) Information d) Product

वपणनामधील_________मदत प्रणाली माहिती गोळा करणे, सस्टम, टूल्स आ ण तंत्रे सॉफ्टवेअर आ ण हार्डवेअर मध्ये समन्वय करतात..

अ) निर्णय ब) कंमत
क) माहिती ड) वस्तू

M2

In __________ price strategy, low price is charged for the product at the time of market entry.

a) Fix b) skimming
c) penetration d) mixing*

_________ कंमत धोरणात, बाजार प्रवेशाच्या वेळी वस्तुकरिता कमी कंमत आकारली जाते.

अ) निश्चित ब) मलई
क) बाजारात शरकाव करणारी ड) मश्र

Demand and sales reach the saturation point in ___________ stage of product life cycle.

a) introduction b) growth
c) maturity d) decline*

मागणी आ ण वक्री उत्पादन जीवन चक्राच्या _________टप्प्यात संपृक्ततेच्या बिंदूवर पोहोचते.

अ) परिचय ब) वाढ
क) परिपक्वता ड) घट

_______ is a elements of Marketing mix.

a) Payment b) Plan
c) Place* d) Proposal

_______ हे वपणन मश्रणाचे घटक आहेत.

अ) देयक ब) योजना
क) स्थान ड) प्रस्ताव

______ has various sub-variables like discounts, credit sales, and terms of delivery.

a) Product b) Place
c) Price* d) Promotion

______ मधे अनेक उप-चर आहेत ज्यात सूट, उधार वक्री, वतरणाच्या अटी आहेत.

अ) वस्तू ब) स्थान
क) कंमत ड) वक्रयवृद्धी

Under the _______ price strategy premium price charged for the product.

a) skimming* b) penetration

c) mixing d) Psychological

_______ कंमत योजनेनुसार वस्तुकरिता जास्त कंमत आकारली जाते.

अ) मलई ब) बाजारात शरकाव करणारी

क) मश्र ड) मानसशास्त्रीय

To communicate information about the brand, marketer used _______.

a) Logo b) Slogan*

c) Characters d) Packaging

नाममुद्रेबद्दलच्या माहितीचे संप्रेषण करण्यासाठी उत्पादक _______ चा वापर करतो.

अ) लोगो ब) घोषवाक्य

क) वै शष्टे ड) संवेष्टन

Width, length, depth and consistency are the four dimensions of _______ mix.

a) product* b) price

c) place d) promotion

रुंदी, लांबी, खोली आ ण सुसंगतता हे _______ मश्रणाचे चार आयाम आहेत.

अ) वस्तु ब) कंमत

क) ठिकाण ड) पदोन्नती

Actual container, covering or wrapper to protect the product is a part of _______.

a) label b) packaging*

c) brand d) design

उत्पादनाचे संरक्षण करण्यासाठी वास्त वक वेष्टन, लपेटणे हा _______चा एक भाग आहे.

अ) चत्ठीकरण ब) संवेष्टन

क) नाममुद्रा ड) आराखडा

During________ stage, the product is launched in the market.

a) Introduction* b) Growth

c) Maturity d) Decline

____________ अवस्थेत, उत्पादन बाजारात आणले जाते.

अ) परिचय ब) वाढ

क) परिपक्वता ड) घट

When a brand is registered it becomes __________.

a) logo b) trademark*

c) symbol d) product

जेव्हा एखादी मुद्रा नोंदणीकृत केली जाते तेव्हा ती __________ होते.

अ) नाममुद्रा ब) व्यापार चन्ह

क) चन्ह ड) वस्तू

________ is a component of brand.

a) Logo b) Jingles
c) Brand colour d) All of these*

________ हा मुद्रेचा एक घटक आहे.

अ) लोगो ब) जिंगल्स
क) मुद्रा रंग ड) यापैकी सर्वच

________ satisfies people’s needs and wants.

a) Product* b) Brand
c) Trademark d) Promotion

________ लोकांच्या गरजा आ ण इच्छा भाग वते.

अ) वस्तू ब) नाममुद्रा
क) व्यापार चन्ह ड) वक्रय वृद्धी

Brand _______ is a strategy in which firm uses an existing brand name to produce a product in a different product category.

a) positioning b) Extension*
c) Equity d) Deletion

नाममुद्रा _______ ही एक अशी रणनीती आहे ज्यामध्ये संस्था अस्तित्वात असलेल्या नाममुद्रेचा वापर व भन्न उत्पादनांच्या श्रेणीमध्ये उत्पादन तयार करण्यासाठी करते.

अ) स्थान ब) वस्तार
क) इक्विटी ड) हटवणे

Exchange value of product is _______.

a) Cost b) Profit
c) Price* d) investment

वस्तूचे वनीमय मूल्य _______ आहे.

अ) खर्च ब) नफा
क) कंमत ड) गुंतवणूक

Product _______ refers to the number of different products the organization offers.

a) width* b) length
c) depth d) consistency.

उत्पादन _______ म्हणजे संस्थेद्वारे ऑफर केलेल्या व वध उत्पादनांची संख्या.

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

_______is the incremental value of a brand above its physical asset.

a) Brand equity* b) Brand loyalty
c) Brand image d) Brand extension

_______ हे त्याच्या भौतिक मालमत्तेच्या वरील ब्रँडचे वाढीव मूल्य आहे.

अ) मुद्रा इक्विटी ब) मुद्रा निष्ठा
क) मुद्रा प्रतिमा ड) मुद्रा वस्तार

------- 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

-------- या पद्धतीमध्ये सुरुवातीस वस्तूची कंमत खूप जास्त ठेवली जाते व नंतर हळूहळू कमी केली जाते.

(अ) सीमांत कंमत (ब) मलई कंमत
(क) ना नफा ना तोटा (ड) मक्तेदारी कंमत

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

ग्राहकांच्या मनामध्ये वेगळी व प्रभावी प्रतिमा निर्माण करणे म्हणजे ----- होय.

(अ) मुद्रा इक्विटी (ब) मुद्रा वस्तार
(क) मुद्रा स्थान (ड) मुद्रा संशोधन

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

ग्राहकाकडून सातत्याने एकच मुद्रेच्या वस्तूची सतत खरेदी केली जात असेल तर त्यास ----- म्हणतात.

(अ) मुद्रा वस्तार (ब) मुद्रा इक्विटी
(क) मुद्रा निष्ठा (ड) यापैकी सर्व

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

नेहमीच्या कमतीमध्ये जास्त/अ धक माल कंवा भेटवस्तू देणे म्हणजे ----- होय.

अ) भेट वस्तू योजना (ब) प्र मयम योजना
(क) अदला बदल योजना (ड) यापैकी सर्व

M3

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

(A) Zero* (B) One

(C) Two (D) three

------ वतरण पातळी असे एक आहे की,ज्यामध्ये कोणतेही मध्यस्थ नाहीत.

(अ) शून्य (ब) एक

(क) दोन (ड) तीन.

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

a. Performance Reward b. Trade discount*

c. Exchange offers d. Dealer conferences

. ___ हे ग्राहकभीमुखं वक्री वृद्धी तंत्र आहे

अ. काम गरी बक्षीस ब. व्यापारी सुट

क. अदलाबदल आॅफर ड. वतरक परीषद

---------- is an unpaid form of promotion-mix.

a. Direct Marketing b. Advertising

c. Publicity d. Salesmanship*

___ हे वक्री वृद्धी मश्रचे पैसे न देता स्वरुप आहे.

अ. प्रत्यक्ष वपणन ब. जाहिरात

क. प्र सद्धी ड. वक्री करण्याचे कसब (salesmanship)

-------- channel is also called as 'zero-level' marketing channel.

a. Vertical b. Indirect*

c. Multi-level d. Direct

____ या साखळीला 'झीरो लेवल' वपणन साखळी असे म्हणतात.

अ. अनुलंब ब. अप्रत्यक्ष

क. बहुस्तरिय ड. प्रत्यक्ष

-------- 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.

a. Trade b. Sales Force*

c. Consumers d. Manufacturer

__ वक्री वृद्धी साधने मागणी मळ वणे आ ण वक्रेत्यांनी अ धक व ठोस प्रयत्न करून वस्तू बाजारपेठेत आणण्यासाठी अभीप्रेरित करण्यास उपयोगी आहेत.

अ. व्यापारी ब. वक्रेते

क. ग्राहक ड. उत्पादक

------ involve a variety of programmes designed to promote or protect the company's image or its individual products.

a. Personal Selling b. Sales Promotion
c. Direct Marketing* d. Public Relations

कंपनीची आ ण वस्तूची प्रतिमा सुर क्षत ठेवण्यासाठी ____ मधे अनेक कार्यक्रम आखले जातात.

अ. वैयक्तिक वक्री ब. वक्री वृद्धी
क. प्रत्यक्ष वपणन ड. जनता संपर्क

Promotion mix is also called ------ mix.

a. place b. communication*
c. price d. marketing

वक्री वृद्धी मश्रास _____ मश्र असे म्हणतात.

अ. वतरण ब. संज्ञापण
क. कंमत ड. वपणन

____ is the first step in personal selling.

a) Prospecting b) Approach
c) Presentation* d) Follow-up

____ ही वैयक्तिक वक्रीतील पहिली पायरी आहे.

अ. पूर्वेक्षण (prospecting) ब. वनंती करणे
क. सादरीकरण ड. पाठपुरावा

Integrated Marketing communication is a____ approach of communication.

a) Unified b) Diversified
c) Physical qualities* d) Neutral

संयुक्तीक वपणन संज्ञापण हा संज्ञापनाचा ___ दृष्टिकोन आहे.

अ. एकसंध ब. वै वध्यपूर्ण
क. भौतिक गुणधर्म ड. तटस्थ

______ is also known as face to face selling.

a. Direct Marketing* b. Personal Selling
c. Indirect Marketing d. Sponsorship

____ ला समोरासमोर वक्री असे देखील म्हणतात.

अ. प्रत्यक्ष वपणन ब. वैयक्तिक वक्री
क. अप्रत्यक्ष वपणन ड. प्रायोजकत्व

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*

व्यवसाय जेव्हा नवीन उत्पादनास प्रच लत असलेल्या उत्पादनाची मुद्रा वापरण्याचे धोरण स्वीकारतो त्यास मुद्रा -------- म्हणतात.

(अ) वस्तार
(ब)स्थान
(क) इक्विटी
(ड) वश्वासहर्ता

M4

_______ enable companies to market their products in a socially responsible manner.

a. Marketing ethics
b. Marketing Strategy
c. Marketing Procedure*
d. Marketing Channels

_______ कंपन्यांना त्यांची उत्पादने सामाजिक जबाबदारीने बाजारात आणण्यास सक्षम करतात.

अ. वपणन नैतिकता
ब. वपणन डावपेच
क. वपणन पध्दती
ड. वपणन मार्ग

_____ is an ethical marketing practice.

a. Product Counterfeiting
b. Adulteration
c. Unnecessary Hoarding*
d. Fair Advertising

___ हे नैतिक वपणन कार्य आहे.

अ. बनावट वस्तू
ब. भेसळ
क. अनावश्यक साठा
ड. योग्य जाहिरात

Niche marketers target _____.

a. Mass Market
b. Small Segment
c. International Market
d. Regional Market*

वव क्षत वपणन करणारा ____ वर लक्ष केंद्रित करतो.

अ. मोठी बाजारपेठ
ब. लघु प्रभाग/ वभाग
क. आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठ
ड. प्रादे शक बाजारपेठ

Advertisers make use of _____ media for promoting products in rural areas.
a. Local
b. Regional
c. Conventional
d. Non- conventional*

जाहिरातदार ग्रामीण भागात वस्तू वक्री वाढ वण्यासाठी ___ माध्यमाचा वापर करतात.

अ. स्थानिक

ब. प्रादे शक

क. परंपरागत

ड. अपरंपरागत

____ marketing takes into account preservation and conservation of the natural environment.
a. Digital Marketing
b. Rural Marketing*
c. Green Marketing
d. Mobile Marketing

__ वपणन नैस र्गक पर्यावरणाचे जतन आ ण संरक्षण यांचा वचार करते.

अ. डजिटल वपणन

ब. ग्रामीण वपणन

क. हरित वपणन

ड. मोबाईल वपणन

_____ makes use of SMS to promote products.
a. Indirect Marketing*
b. Mobile Marketing
c. Rural Marketing
d. Green Marketing

. ____ मधे वस्तू वक्री साठी एसएमएस चा वापर केला जातो.

अ. अप्रत्यक्ष वपणन

ब. मोबाईल वपणन

क. ग्रामीण वपणन

ड. हरित वपणन

The concept of _____ marketing has come into existence in response to the growing concern over environmental degradation.
a. Green
b. Direct
c. Indirect
d. Mobile*

पर्यावरणाचा वाढता ऱ्हास वचारात घेऊन ______ वपणनाची संकल्पना उदयास आली.

अ. हरित

ब. प्रत्यक्ष

क. अप्रत्यक्ष

ड. मोबाईल

Ethics is a branch of --------

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

इ थक्स ही ____ ची शाखा आहे.

अ. पुरातत्त्व शास्त्र

ब. मानसशास्त्र

क. सामाजिक शास्त्र

ड. तत्वज्ञान

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

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

सगारेट सारख्या हानिकारक वस्तूंची वक्री वृद्धी ____ जाहिराती द्वारे केली जाते.

अ. राजकीय

ब. सरोगेट / प्रातिनि धक (surrogate)

क. समर्थन

ड. सामाजिक

Rural markets are ____.

a. Narrow b. Small
c. Limited d. Scattered*

ग्रामीण बाजारपेठ हे ________ असतात.

अ. अरुंद ब. लहान

क. मर्यादित ड. वखुरलेले

Non-conventional rural-centric media include____

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

अपरंपरागत ग्रामीण केंद्रित माध्यम___ हे आहे.

अ. फोक Folk

ब. वृत्तपत्र

क. दूरदर्शन

ड. आकाशवाणी

Role of consumer organization includes________

a) Consumer awareness
b) Organizing protests
c) providing legal assistance
d) All of these*

ग्राहक संघटनेच्या भू मकेत ____________

अ) ग्राहक जागरूकता समा वष्ट आहे
ब) निषेध आयोजित करणे
क) कायदेशीर मदत पुर वणे
ड) हे सर्व *

_______ refers to online commerce transactions between businesses.

a) B2B*
b) B2C
c) C2C
d) None of the above

_______ म्हणजे व्यवसायांमधील ऑनलाइन वा णज्य व्यवहार.

अ) बी 2 बी *
ब) बी 2 सी
क) सी 2 सी
ड) वरीलपैकी कोणतेही नाही

SMS refer to _______.

a) short message service*
b) short media service
c) short marketing service
d) None of the above

एसएमएस चा अर्थ _______ आहे.

अ) लघु संदेश सेवा *
ब) लघु मी डया सेवा
क) लघु वपणन सेवा
ड) वरीलपैकी कोणतेही नाही

______ are small firms that target small market.

a) Leader
b) Nichers*
c) Followers
d) Challenges

______ लहान कंपन्या ज्या छोट्या बाजाराला लक्ष्य करतात.

अ) नेता
ब) निशर्स *
क) अनुयायी
ड) आव्हाने

_____ refers to attacking the competitor from all the fronts simultaneously.

a) Encirclement attack*
b) frontal attack
c) Guerrilla attack
d) None of the above

_____ म्हणजे सर्व आघाड्यांवरील प्रतिस्पर्ध्यावर आक्रमण करणे.

अ) घेराव हल्ला *
ब) पुढचा हल्ला
क) गनिमी हल्ला
ड) वरीलपैकी काहीही नाही

Non conventional rural-centric media includes_______

a) Folk
b) Newspapers
c) Television
d) Radio

अपारंपरिक ग्रामीण-केंद्रीत माध्यमांमध्ये _______

अ) लोक
ब) वृत्तपत्रे
क) टे लव्हिजन
ड) रे डओ