

Subject: Sales and Distribution Management
M. Com. Sem IV

मराठी माध्यम

1. नफा कमविण्याच्या उद्देशाने वस्तुंची मागणी ग्राहकाकडे हस्तांतरीत करण्याच्या कार्याला
असे म्हणतात.

- अ. खरेदी
क. जाहिरात
- ब. विक्री
ड. यापैकी नाही

उत्तर:- ब. विक्री

2. विक्री व्यवस्थापन प्रमुख उद्देश आहे.

- अ. विक्री वाढविणे
क. सतत वाढ
- ब. नफा वाढविणे
ड. वरील सर्व

उत्तर:- ड. वरील सर्व

3. विक्री विभागाच्या उत्पन्न खर्चाचा अंदाज म्हणजे..... होय.

- अ. विक्रीचे अंदाजपत्रक
क. दिर्घ मुदतीचा विक्री अंदाज
- ब. अल्पमुदतीचा विक्री अंदाज
ड. यापैकी नाही

उत्तर:- अ. विक्रीचे अंदाजपत्रक

4. प्रत्यक्षपणे ग्राहकांशी व्यवहार करत नाही.

- अ. उत्पादक
क. किरकोळ व्यापारी
- ब. घाऊक व्यापारी
ड. यापैकी नाही

उत्तर:- ब. घाऊक व्यापारी

5. माहित असलेल्या तथ्यांच्याद्वारे काढलेल्या निष्कर्षाच्या आधारावर भविष्यकाळातील घटनाबद्ध अंदाज करण्याकरीता केलेल्या व्यवस्थित प्रयत्नांना..... असे म्हणतात.

- अ. पूर्वानुमान
क. नियोजन
- ब. अंदाज पत्रक
ड. विपणन

उत्तर:- अ. पूर्वानुमान

6. विक्री योजना, विक्रय कार्यक्रम, विक्रय वृद्धी, विक्रय सर्वेक्षण वा जाहिरात ही कार्ये विक्री यावर आधारित असतात.

- अ. अंदाज पत्रक
क. विपणन
- ब. पूर्वानुमान
ड. यापैकी नाही.

उत्तर:- अ. पूर्वानुमान

7. विक्रेते हे व्यवस्थापनाच्या स्तराचे प्रतिनिधित्व करतात.

- अ. उच्च
क. निम्न
- ब. मध्यम
ड. यापैकी नाही.

उत्तर:- क. निम्न

8. विक्रेत्यांना मोबदला देण्याची पध्दत असावी.

- अ. साधी व सोपी
क. क्लिष्ट
- ब. तांत्रिक
ड. गुंतागुंतीची

उत्तर:- अ. साधी व सोपी

9. अभिप्रेरणा ही एक प्रकिया आहे.

- अ. मानसशास्त्रीय
क. राज्यशास्त्रीय
- ब. समाजशास्त्रीय
ड. वैज्ञानिक

उत्तर:- अ. मानसशास्त्रीय

10. जास्त कार्यासाठी जास्त व्यक्तीगत मोबदला हे आर्थिक अभिप्रेरणेचे तत्व आहे.

- अ. प्रत्यक्ष
क. सामुहिक
- ब. अप्रत्यक्ष
ड. वैयक्तिक

उत्तर:- अ. प्रत्यक्ष

11. बहुस्तरीय विपणन यास म्हटले जाते.

- अ. प्रत्यक्ष विक्री
क. श्रृंखला विक्री
- ब. नेटवर्क विक्री
ड. विभागीय विक्री

उत्तर:- ड. विभागीय विक्री

12. विक्रीत वाढ घडवून आणण्यासाठी करण्यात आलेली उपाययोजना म्हणजे होय.

- अ. खरेदी वृद्धी
क. किंमतीत सुट
- ब. विक्रय वृद्धी
ड. नमुना वाटप

उत्तर:- ब. विक्रय वृद्धी

13. पुरवठा साखळीचा शेवटी आहे.

- अ. वितरक
क. किरकोळ विक्रेता
- ब. ग्राहक
ड. थोक विक्रेता

उत्तर:- क. किरकोळ विक्रेता

14. ग्राहकांची मागणी आणि उत्पादकांच्या पुरवठा यातील अंतर कमी करते.

- अ. टपाल
क. आर्थिक
- ब. वाहतूक
ड. रस्सद

उत्तर:- ड. रस्सद

15. ही एक पुर्नवापर करणारी नोकरी आहे.

अ.वाटाघाटी

ब. ओळख

क. विक्री

ड. पदोन्नती

उत्तर:- क. विक्री

16. वाहतूकीचा उपयोग व्यवसायाद्वारे दूरदूर पूरवठादाराकडून वस्तूच्या वितरणासाठी केला जातो.

अ.विमान

ब. समुद्री

क. रेल्वे

ड. रस्ता

उत्तर:- ब. समुद्री

17. गोदामातील मुलभूत कार्य आहे.

अ.हाताळणे

ब. साठवणूक

क. माहिती हस्तांतरण

ड. वरील सर्व

उत्तर:- ड. वरील सर्व

18. ग्राहकांना ओळख म्हणून उत्पादनासाठी थोड्या प्रमाणात ऑफर केली जाते त्यास म्हणतात.

अ.उत्पादन संयोजन

ब. नमुना

क. भेटवस्तू

ड. रक्कमेत सुट

उत्तर:- क. भेटवस्तू

19. सर्वात महत्वाचे उद्दीष्ट म्हणजे ग्राहकांना वस्तू खरेदी करण्यास भाग पाडणे.

अ.थेट विपणन

ब. वैयक्तिक विक्री

क. व्यक्ती हे व्यक्ती विक्री

ड. प्रदर्शनाद्वारे विक्री

उत्तर:- ब. वैयक्तिक विक्री

20. वस्तूचा आर्थिक विनिमय घडवून आणण्यासाठी विक्रेत्याने उपयोगात आणणे ही कला म्हणजेच होय.

अ.जाहिरात कला

ब. विक्रय कला

क. खरेदी कला

ड. आर्थिक कला

उत्तर:- ब. विक्रय कला

21. विक्री ही एक आहे.

अ.कला

ब. संवाद

क. व्यवस्थापन

ड. जाहिरात

उत्तर:- अ.कला

22. जी व्यक्ती किंवा संस्था भविष्यकाळात आपल्या वस्तूची ग्राहक घेण्याची शक्यता असते त्या व्यक्ती किंवा संस्थेला म्हणतात.

अ.वर्तमान ग्राहक

ब. संभाव्य ग्राहक

क. खरेदी ग्राहक

ड. यापैकी नाही.

उत्तर:- ब. संभाव्य ग्राहक

23. विक्रेता हा संघटनेचा असतो.

अ.सेवक

ब. मालक

क. ग्राहक

ड. सावकार

उत्तर:- अ.सेवक

24. मानवी गरजा समजावून घेणे आणि त्या पूर्ण करण्यासाठी मार्ग सूचवण्याचे शास्त्र म्हणजेच होय.

अ.खरेदी कला

ब. व्यवहार कला

क. विक्रय कला

ड. आर्थिक कला

उत्तर:- क. विक्रय कला

25. इंग्लंडमध्ये फिरत्या विक्रेत्याला असे म्हणतात.

अ.बॅगमॅन

ब. टोपीमॅन

क. होजीयरीमॅन

ड. व्यापारीमॅन

उत्तर:- अ.बॅगमॅन

26. एव्हन, एम्वे आणि टपरवेअर चॅनेल वितरणाचे खालील प्रकार वापरतात?

अ.थेट विपणन चॅनेल

ब. अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल

क. अग्रेषित चॅनेल

ड. फॅशन चॅनेल

उत्तर:- अ.थेट विपणन चॅनेल

27. आर्थिक व्यवस्थेच्या दृष्टिकोनातून, विपणन मध्यस्थाची भूमिका बदलणे आहे:

अ.तयार उत्पादनांमध्ये कच्ची उत्पादने.

ब. ग्राहकांना उत्पादनांच्या गरजा भागविल्या पाहिजेत.

क. ग्राहकांना उत्पादनांच्या इच्छेची आवश्यकता असते आणि त्यांची इच्छा असते.

ड. उत्पादकांद्वारे उत्पादित वस्तूचे वर्गीकरण ग्राहकांना पाहिजे असलेल्या प्रतवारीने लावलेला संग्रह आहे.

उत्तर:- ड. उत्पादकांद्वारे उत्पादित वस्तूचे वर्गीकरण ग्राहकांना पाहिजे असलेल्या प्रतवारीने लावलेला संग्रह आहे.

28. निर्माता नंतर, त्याच बाजारात पुरवणी दोन किंवा अधिक चॅनेल स्थापन तेव्हा होतो.

अ.अनुलंब चॅनेल संघर्ष

ब. क्षैतिज चॅनेल संघर्ष

क. मल्टी चॅनेल संघर्ष

ड. वरीलपैकी कोणतेही नाही

उत्तर:- क. मल्टी चॅनेल संघर्ष

29. वितरण चॅनेल उत्पादकांकडून वस्तु आणि सेवा ग्राहकांपर्यंत पोहोचवते. हे मुख्य वेळ, ठिकाण आणि..... मधील अंतरांवर मात करते जे वस्तू आणि सेवा ज्यांचा वापर करतात त्यांच्यापासून विभक्त करतात.

अ.ताब्यात

ब. नफा

क. प्रतिमा

ड. मानसिक

उत्तर:- अ.ताब्यात

30. संपर्क माध्यमातून, अनुभव, विशेषीकरण, आणि ऑपरेशन प्रमाणात, सामान्यतः टणक स्वतः मिळवण्यापेक्षा जास्त देतात.

अ.उत्पाक

ब. निर्माता

क. थेट विक्रेते

ड. मध्यस्थ

उत्तर:- ड. मध्यस्थ

31. टेलीव्हिजन, कॅमेरे, टायर, फर्निचर, आणि प्रमुख साधनं निर्मात्यांना सामान्यतः खालील वितरण चॅनेलवर फॉर्म चा वापर?

अ.थेट विपणन चॅनेल

ब. अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल

क. क्षैतिज चॅनेल

ड. कृत्रिम चॅनेल

उत्तर:- ब. अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल

32. निर्मात्याचे प्रतिनिधी किंवा विक्री शाखा वापरणं सामान्यतः खालीलपैकी कोणत्या चॅनेलचे वैशिष्ट्य आहे?

अ.व्यवसाय विपणन चॅनेल

ब. ग्राहक विपणन चॅनेल

क. सेवा विपणन चॅनेल

ड. थेट विपणन चॅनेल

उत्तर:- ड. थेट विपणन चॅनेल

33. परिवहन आणि संचयित वस्तू खालील विपणन चॅनेल कार्ये भाग आहे ?

अ.वाटाघाटी

ब. शारीरिक वितरण

क. संपर्क

ड. जुळणारे

उत्तर:- ब. शारीरिक वितरण

34. ग्राहकांना कोण विकते?

अ.अर्ध घाऊक विक्रेते

ब. घाऊक विक्रेते

क. विक्रेता

ड. वितरक

उत्तर:- क. विक्रेता

35. मार्केटिंग चॅनेल्सचे फायदे म्हणजे.....

अ. खर्च बचत

ब. वेळ वाचवणे

क. दिलेला आर्थिक पाठिंबा

ड. वरील सर्व

उत्तर:- ड. वरील सर्व

36.मध्यस्थांचा एक थर आहे जो उत्पादन आणि त्याची मालकी खरेदीदाराच्या जवळ आणण्यासाठी काही कार्ये करतो.

अ. थेट विपणन चॅनेल

ब. एक अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल

क. चॅनेल पातळी

ड. एक चॅनेल स्वीचिंग सिस्टिम

उत्तर:- क. चॅनेल पातळी

37. विक्री शक्ती व्यवस्थापनाबाबत खालीलपैकी कोणते विधान सत्य आहे?

अ. विक्री शक्ती हा फर्मचा ग्राहकांशी थेट संबंध आहे.

ब. "जर आपण एक चांगले माउसप तयार केले तर जग आपल्या दारात जाण्याचा प्रयत्न करेल हे विधान आज व्यवसाय कसे चालवते ते प्रतिबिंबित करते.

क. संस्था विपणन संकल्पना अंमलात आणत असताना, त्यांना विक्री-देणारं किती महत्त्वाचं आहे हे लवकरच कळेल

ड. वैयक्तिक विक्री ही सहसा जाहिरातीपेक्षा कमी खर्चीक असते

उत्तर:- अ. विक्री शक्ती हा फर्मचा ग्राहकांशी थेट संबंध आहे.

38. वितरणाच्या वाहिनीसंदर्भात, चॅनेलमधील मध्यस्थ पातळीची संख्या चॅनेलच्या दर्शवते.

अ. रुंदी

ब. खोली

क. लांबी

ड. समानता

उत्तर:- क. लांबी

39. प्रणालीगत अर्थव्यवस्था आणि बाजारातील वाढीचा परिणाम साध्य करण्यासाठी वेगवेगळ्या चॅनेल स्तरावरील स्वतंत्र कंपन्या त्याचे कार्यक्रम करारनाम्यावर समाकलित करतात.

अ. कॉर्पोरेट अनुलंब विपणन प्रणाली

ब. कंत्राटी उभ्या विपणन प्रणाली

क. उभ्या प्रशासित

ड. वरीलपैकी काहीही नाही

उत्तर:- . ब. कंत्राटी उभ्या विपणन प्रणाली

40. 21 व्या शतकातील विक्री दलाविषयी खालीलपैकी कोणते विधान खरे आहे?

अ. विक्री व्यवस्थापक एक हँड ऑफ ऑफ दृष्टीकोन वापरतील आणि व्यावसायिक विक्रेत्यास स्वतःचा किंवा तिचा स्वतःचा मालक बनू देतील

ब. व्यावहारिक देवाणघेवाण यापुढे होणार नाही

क. विक्रीचे व्यवस्थापन स्मार्ट आणि चपळ असले पाहिजे आणि विक्री प्रयत्नाचे समर्थन करण्यासाठी तंत्रज्ञान केंद्रित समाधान प्रदान केले पाहिजे

ड. विक्रेते इंटरनेटचा कमी वापर करतात कारण त्यांना वैयक्तिक स्पर्शाचे महत्त्व कळते

उत्तर:- क. विक्रीचे व्यवस्थापन स्मार्ट आणि चपळ असले पाहिजे आणि विक्री प्रयत्नाचे समर्थन करण्यासाठी तंत्रज्ञान केंद्रित समाधान प्रदान केले पाहिजे

41.एक विपणन चॅनेल आहे ज्यामध्ये मध्यस्थी पातळी नाही.

अ. थेट विपणन चॅनेल

ब. अप्रत्यक्ष विपणन चॅनेल

क. अग्रेषित चॅनेल

ड. संकरीत वाहिनी

उत्तर:- अ. थेट विपणन चॅनेल

42. जेव्हा चॅनेलच्या सदस्यांनी वितरण उत्पादन आणि आरोग्यविषयक किमान दोन स्वतंत्र स्तरावर विपणनासाठी एक किंवा अधिक वाहनांची जबाबदारी स्वीकारली, तेव्हा खरं तर अशा प्रणाल्या पुढील आणि मागास उभ्या समाकलनाच्या समानार्थी आहेत ज्याला म्हणून ओळखले जाते?

अ. कॉर्पोरेट अनुलंब विपणन प्रणाली

ब. कंत्राटी उभ्या विपणन प्रणाली

क. प्रशासित उभ्या विपणन प्रणाली

ड. वरीलपैकी काहीही नाही

उत्तर:- अ. कॉर्पोरेट अनुलंब विपणन प्रणाली

43. व्यवहार विक्री आणि नात्याची विक्री यातील फरक आहे

अ. व्यवहारामध्ये, विक्री करणाऱ्यास रोख रक्कम भरणे आवश्यक आहे

ब. संबंध विक्रीमध्ये, खरेदीदार आणि विक्रेते संबंधित असले पाहिजेत

क. व्यवहार विक्रीमध्ये, विक्रेते अधिक सेवा प्रदान करतात

ड. रिलेशनशिप विक्रीमध्ये, विक्रेते त्यांच्या ग्राहकांना मूल्य प्रदान करण्यासाठी कार्य करतात

उत्तर:- ड. रिलेशनशिप विक्रीमध्ये, विक्रेते त्यांच्या ग्राहकांना मूल्य प्रदान करण्यासाठी कार्य करतात

44. एक म्हणजे उपभोक्ता किंवा व्यवसाय वापरकर्त्याद्वारे उपभोगाच्या वापरासाठी उत्पादन किंवा सेवा उपलब्ध करून देण्याच्या प्रक्रियेत गुंतलेल्या परस्पर निर्भर संस्थांचा संच.

अ. किरकोळ विक्रेता

ब. घाऊक विक्रेता

क. वितरण मार्ग

ड. मध्यस्थ

उत्तर:- क. वितरण मार्ग

45. विक्री उद्दीष्टांची उद्दीष्टे ठरविणे, या उद्दीष्टे साध्य करण्यासाठी आवश्यक असलेल्या चरणांचे निर्धारण व वेळापत्रक ठरवण्याचे काम कोठे ओळखले जाते?

अ. विक्री ब. विक्री धोरण क. विक्री कार्यक्रम ड. विक्रीचे नियोजन

उत्तर:- ड. विक्रीचे नियोजन

46. कॅरेन तिच्या कंपनीची उत्पादने चीनमध्ये विकण्याच्या संभाव्यतेचा अभ्यास करित आहे. तिच्या विश्लेषणाचा एक भाग म्हणून, ती घाऊक विक्रेते आणि किरकोळ विक्रेत्यांची संख्या, प्रकार आणि उपलब्धतेचे मूल्यांकन करणे आहे. कॅरेन देशाचा अभ्यास करत आहे

अ. नैसर्गिक परिस्थिती ब. तांत्रिक व्यवहार्यता
क. सामाजिक आणि सांस्कृतिक नियम ड. वितरण रचना

उत्तर:- ड. वितरण रचना

47. श्री. नारायण, नवे राष्ट्रीय विक्री व्यवस्थापक तिच्या कंपनीतील अंतर्गत संघटनात्मक वातावरणाविषयी शिकत आहेत. तिला खालील सर्व एक्सेप्ट बदल शिकायला मिळेल

अ. मानव संसाधन ब. आर्थिक संसाधने
क. सेवा क्षमता ड. सामाजिक आणि सांस्कृतिक वातावरण

उत्तर:- ड. सामाजिक आणि सांस्कृतिक वातावरण

48. विक्री व्यवस्थापनाची धोरणात्मक भूमिका कोणती नाही?

अ. ट्रॅकिंग ब. रिपोर्टिंग
क. वितरण ड. वितरण अनुकूल करते

उत्तर:- क. वितरण

49. जॉन, एक बिल्डिंग मटेरियल कंपनीचे विक्री व्यवस्थापक, एका फायदेशीर विक्री क्षेत्रातील ग्राहकांना माहित आहेत, विशेषतः महिलांच्या विक्री प्रतिनिधींसाठी ते प्रतिकूल आहेत. प्रामुख्याने जॉनला नैतिक कोंडीचा सामना करावा लागतो.

अ. नुकसान भरपाई व प्रोत्साहन निश्चित करणे
ब. भाड्याने आणि पदोन्नतीमध्ये समान उपचार
क. पर्यवेक्षक व प्रशिक्षण कार्यक्रमातील व्यक्तींचा आदर
ड. विक्री प्रदेशांच्या असाइनमेंटमध्ये निष्पक्षता

उत्तर:- ड. विक्री प्रदेशांच्या असाइनमेंटमध्ये निष्पक्षता

50. एक मोठी विपणन मध्यस्था, परंतु आकार, संसाधने आणि ऑपरेशनच्या क्षेत्राच्या दृष्टीने एकल विक्री एजंट इतकी मोठी नाही"

अ. घाऊक विक्रेता ब. एकमेव विक्री एजंट
क. थेट विपणन चॅनेल ड. अर्ध-घाऊक विक्रेते

उत्तर:- अ. घाऊक विक्रेता

51. बऱ्याच कंढुनऱ्या बाहऱ्य वातावरणाचे ढूलऱ्यांकन करणऱ्यासाठी ढर्यावरणीय स्कॅनिंगचा वाढर करतात. ढर्यावरण स्कॅनिंगचा वाढर केला ढाहिजे

- अ. सदऱ्य संकटांना ढृतिसाद दऱ्या
- ब. भविष्यातील धोके आणुी संधी ओळखा
- क. कढ्ढचाऱ्यांचे कामगिरी निश्चित करा
- ड. आर्थिक संसाधनांचे वाटढ सेवा वितरणास ढदत करा

उत्तर:- ब. भविष्यातील धोके आणुी संधी ओळखा

52. सारा आणुी स्टीव्ह तऱ्याच भौगोलिक क्षेत्रातील ँक ढढुख फार्ढास्युटिकल कंढुनीसाठी विक्री ढतिनिधी आहेत, सारा खासगी ढ्रेक्टिस फिजिशियनना ढोलवते, तर स्टीव्हने हॉस्पिटलच्या ऱुढना ढोलावले. तऱ्यांच्या विक्री व्यवस्थाढकाच्या क्षेत्राढध्ये कदाचित नैतिक कौंडी होईल:

- अ. नुकसान भरढाई व ढ्रोत्साहन निश्चित करणे
- ब. भाडऱ्याने आणुी ढदोन्नतीढध्ये सढान उपचार
- क. ढर्यवेक्षी व ढ्रशिक्षण कार्यक्रढातील व्यक्तींचा आदर
- ड. विक्री ढदेशांच्या डिझाइनढध्ये निष्ढक्षता विक्री ढदेशांच्या असाइनढेंटढध्ये निष्ढक्षता

उत्तर:- अ. नुकसान भरढाई व ढ्रोत्साहन निश्चित करणे

53. सीआयँस चा विस्तार काय आहे?

- अ. चॅनेल ढाहिती ढणाली
- ब. चॅनेल ढ्रेरित ढणाली
- क. चॅनेल ढाहिती ढणाली
- ड. चॅनेल अंतर्भूत ढणाली

उत्तर:- क. चॅनेल ढाहिती ढणाली

54. ढेटल लॉन फर्निचरच्या उत्पादकासाठी बाहऱ्य नैसर्गिक वातावरणाचे उदाहरण खालीलढैकी कोणते आहे?

- अ. रेल्वे स्ट्राइकढुळे नेहढीढेक्षा जास्त वितरण चॅनेल
- ब. खोली ढढाणे ढोवर उपचार करणऱ्याकडे ऱ्राहकांचा कल
- क. नवीन विकत घेणऱ्याँवजी द्राक्ष दिसणारी ढेटल लॉन फर्निचरची लोकढुरियता
- डी. निर्ढाता ढुख्य कोठार येथील ढूर

उत्तर:- डी. निर्ढाता ढुख्य कोठार येथील ढूर

55. व्हीँढँस चा विस्तार काय आहे?

- अ. वेग चालणारी ढणाली
- ब. अनुलंढ विढणन ढणाली
- क. अनुलंढ चालणारी ढणाली
- ड. खूढ हालचाल करणारी यंत्रणा

उत्तर:- ब. अनुलंढ विढणन ढणाली

Subject: Sales and Distribution Management

M. Com. Sem IV

English Medium

1. Sales management has the following objective _____
- | | |
|----------------------|--------------------------|
| A. Increase Profit | B. Increase Sales Volume |
| C. Sustaining Growth | D. All of Them |

Ans:- D. All of Them

2. These are _____ Kinds of sales promotion.

- | | |
|----------|---------|
| A. One | B. Two |
| C. Three | D. Four |

Ans:- D. Four

3. _____ are at the end of supply chain.

- | | |
|----------------|-----------------|
| A. Distributor | B. Customer |
| C. Retailers | D. Wholesellers |

Ans:- C. Retailers

4. _____ bridges the gap between consumer demand and producer supply.

- | | |
|-------------|-------------------|
| A. Courier | B. Transportation |
| C. Monetary | D. Logistics |

Ans:- D. Logistics

5. It is method for communicating with corporate customers due to increasing cost in direct sales

- _____.
- | | |
|----------------------|------------------------|
| A. Mass Marketing. | B. Target Marketing. |
| C. Direct Marketing. | D. Personal Marketing. |

Ans:- C. Direct Marketing..

6. _____ is a systematic plan for the utilization of manpower and material resources.

- | | |
|-------------------|-----------------------|
| A. Human Resource | B. Financial Planning |
| C. Budget | D. Marketing Planning |

Ans:- C. Budget

7. _____ is responsible for ensuring that product is distribution and reseller location gets sold out.

- | | |
|-----------------------|------------------|
| A. Channel Marketing. | B. Companies |
| C. Clear Segmentation | D. None of Above |

Ans:- Channel Marketing.

8. Compliance with the Standard of Auditing is the responsibility of _____

- | | |
|---------------|----------------------------------|
| A. Management | B. Those Charges with Governance |
| C. Auditor | D. Audit Committee |

Ans:- C. Auditor

9. Which one the following are functional budget?

- | | |
|--------------------------------|------------------------|
| A. Production and Sales Budget | B. Raw Material Budget |
| C. Labour Budget | D. All of the Above |

Ans:- D. All of the Above

10. _____ is irregular in nature.

- | | |
|--------------------|--------------------|
| A. Promotion Mix | B. Sales Promotion |
| C. Trade Promotion | D. All of above |

Ans:- B. Sales Promotion

11. A Small amount of product is offered to the customer for trial is called _____

- A. Product Combination
- B. Sample
- C. Coupen
- D. Rebate

Ans:- B. Sample

12. A manufacture provide sales promotion to a wholeseller is _____

- A. Sales Promotion
- B. Dealer Promotion
- C. Trade Promotion
- D. None of these

Ans:- Trade Promotion

13. _____ is a reusine job.

- A. Negotiation
- B. Desire for recognition
- C. Sales
- D. Incentive Programe

Ans:- C. Sales

14. The most important objectives of _____ is to convince customers to make a purchase.

- A. Direct Marketing.
- B. Person Selling
- C. Person to Person Communication
- D. Intergrating Programs.

Ans:- B. Person Selling

15. Which of the following is not an inventory?

- A. Machines
- B. Raw Material
- C. Finished Products
- D. Consumable tools

Ans. A. Machines

16. The Fastest and most costly mode of transport _____

- A. Air Transport
- B. Water Transport
- C. Rode Transport
- D. Railway Transport

Ans:- A. Air Transport

17. The Whole sales specialize in _____ trade.

- A. Sale
- B. Individual
- C. Retail
- D. Whole Sale

Ans:- C. Retail

18. Modes of transaction available in logistics are not include _____

- A. Rail
- B. Road
- C. Air
- D. Ship

Ans:- D. Ship

19. Transporation used by businesses for the delivery of the goods from distant suppliers

- A. Air
- B. Sea
- C. Rail
- D.Road

Ans:- B. Sea

20. Basics functions in warehousing are _____

- A.Handling
- B.Storage
- C.Information transfer
- D. All of the Above

Ans:- D. All of the Above

21. 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

Ans:- A. Direct marketing channel

22. From the economic system's point of view, the role of marketing intermediaries is to transform:

- A. Raw products into finished products.
- B. Consumer needs into producer needs.
- C. Consumer needs and wants into product desires.
- D. Assortments of products made by producers into the assortments wanted by consumers.

Ans:- D. Assortments of products made by producers into the assortments wanted by consumers.

23. When the manufacturer establishes two or more channels catering to the same market, then occurs.

- A. Vertical channel conflict
- B. Horizontal channel conflict
- C. Multi channel conflict
- D. None of the above

Ans:- C. Multi channel conflict

24. 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

Ans:- A. Possession

25. 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

Ans:- D. Intermediaries

26. 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

Ans:- B. Indirect marketing channel

27. Using manufacturer's representatives or sales branches is usually a characteristic of which of the following channel forms?

- A. Business marketing channels
- B. Customer marketing channels
- C. Service marketing channels
- D. Direct marketing channels

Ans:- D. Direct marketing channels

28. Transporting and storing goods is part of which of the following marketing channel function?

- A. Negotiation
- B. Physical distribution
- C. Contact
- D. Matching

Ans:- B. Physical distribution

29. Who sells to the customers?

- A. Semi wholesalers
- B. Wholesalers
- C. Retailer
- D. Distributor

Ans:- C. Retailer

30. The benefits of marketing channels are.....

- A. Cost saving
- B. Time saving
- C. Financial support given
- D. All of above

Ans:- 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

Ans:- C. A channel level

32. Which of the following statements about sales force management is true?

- A. The sales force is the firm's most direct link to the customer
- B. As organizations implement the marketing concept, they soon realize how important it is to be sales-oriented
- C. Personal selling is usually less expensive than advertising
- D. Sales management is no different from any other kind of management

Ans:- A. The sales force is the firm's most direct link to the customer

33. 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

Ans:- C. Length

34. Independent firms at different channel levels integrate their programs on a contractual basis to achieve systemic economies and increased market impact are known as.....

- A. Corporate vertical marketing systems
- B. Contractual vertical marketing systems
- C. Administered vertical
- D. None of the above

Ans:- B. Contractual vertical marketing systems

35. Which of the following statements about the sales force in the 21st century is true?

- A. Sales managers will use a hands-off approach and let the professional salesperson be his or her own boss
- B. Transactional exchanges no longer occur
- C. Sales management must be smart and nimble and provide technology-centered solutions to support the sales effort
- D. Salespeople make little use of the Internet because they realize the importance of the personal touch

Ans:- C. Sales management must be smart and nimble and provide technology-centered solutions to support the sales effort

36. _____ is a marketing channel that has no intermediary levels.

- A. Direct Marketing Channel
- B. Indirect Marketing Channel
- C. Forward Channel
- D. Hybrid Channel

Ans:- A. Direct Marketing Channel

37. When channel members assume responsibility for one or more of the marketing flows over at least two separate levels of distribution manufacturing and wholesaling, in fact, such systems are synonymous with both forward and backward vertical integration is known as.....

- A. Corporate vertical marketing systems
- B. Contractual vertical marketing systems
- C. Administered vertical marketing systems
- D. None of the above

Ans:- A. Corporate vertical marketing systems

38. The difference between transactional selling and relationship selling is

- A. In transaction, selling buyers must pay cash
- B. In relationship selling, buyers and sellers must be related
- C. In transaction selling, sellers provide greater service
- D. In relationship selling, sellers work to provide value to their customers

Ans:- D. In relationship selling, sellers work to provide value to their customers

39. 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

Ans:- C. Distribution channel

40. The work of setting up objectives for selling activities, determining and scheduling the steps necessary to achieve these objectives is known as.....

- A. Selling
- B. Sales policy
- C. Sales programme
- D. Sales planning

Ans:- D. Sales planning

41. Karen is studying the potential for selling her company's products in China. As part of her analysis, she is assessing the number, types and availability of wholesalers and retailers. Karen is studying the countries.

- A. Natural conditions
- B. Technological feasibility
- C. Social and cultural norms
- D. Distribution structure

Ans:- D. Distribution structure

42. Mr. Narayan, the new national sales manager is learning about the internal organizational environment in her company. She will learn about all of the following EXCEPT

- A. Human resources
- B. Financial resources
- C. Service capabilities
- D. Social and cultural environment

Ans:- D. Social and cultural environment

43. Which is not a strategic role of sales management?

- A. Tracking
- B. Reporting
- C. Delivery
- D. Optimizes distribution

Ans:- C. Delivery

44. John, the sales manager for a building materials company, knows the customers in one profitable sales territory, are particularly hostile to women sales reps. John faces an ethical dilemma primarily in the area of:

- A. Determining compensation and incentives
- B. Equal treatment in hiring and promotion
- C. Respect for individuals in supervisory and training programs
- D. Fairness in the assignment of sales territories

Ans:- D. Fairness in the assignment of sales territories

45. 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

Ans:- A. Wholesaler

46. Many firms use environmental scanning to assess their external environment. Environmental scanning should be used to

- A. Respond to current crises
- B. Identify future threats and opportunities
- C. Determine personnel performance
- D. Allocate financial resources

Ans:- B. Identify future threats and opportunities

47. Sarah and Steve are sales reps for a major pharmaceutical company in the same geographic area. Sarah calls on private practice physicians, while Steve calls on hospital groups. Their sales manager would likely have an ethical dilemma in the area of:

- A. Determining compensation and incentives
- B. Equal treatment in hiring and promotion
- C. Respect for individuals in supervisory and training programs
- D. Fairness in the design of sales territories

Ans: - A. Fairness in the design of sales territories

48. What is the full form of CIS?

- A. Channel information system
- B. Channel induced system
- C. Channel information system
- D. Channel incorporated system

Ans: - C. Channel information system

49. Which of the following is an example of the external natural environment for a manufacturer of metal lawn furniture?

- A. A longer than usual distribution channel due to a rail strike
- B. Consumer trend toward treating gardens like another room
- C. The popularity of metal lawn furniture that looks vintage rather than newly bought
- D. A flood at the manufacturer's main warehouse

Ans: - D. A flood at the manufacturer's main warehouse

50. What is the full form of VMS?

- A. Velocity moving system
- B. Vertical marketing system
- C. Vertical moving system
- D. Very moveable system

Ans: - B. Vertical marketing system