Roll. No. ....

O.M.R. Serial No. | | | | | | | | |

Question Booklet Number

M.A./M.Sc. (SEM.-III) (NEP) (SUPPLE.) EXAMINATION, 2024-25

GEOGRAPHY

(Marketing Geography)

Paper Code							
A	1	1	0	9	0	3	T

Question Booklet Series
A

Time : 1 : 30 Hours **Max. Marks : 75**

Instructions to the Examinee :

1. Do not open the booklet unless you are asked to do so.
2. The booklet contains 100 questions. Examinee is required to answer 75 questions in the OMR Answer-Sheet provided and not in the question booklet. All questions carry equal marks.
3. Examine the Booklet and the OMR Answer-Sheet very carefully before you proceed. Faulty question booklet due to missing or duplicate pages/questions or having any other discrepancy should be got immediately replaced.
4. Four alternative answers are mentioned for each question as - A, B, C & D in the booklet. The candidate has to choose the correct / answer and mark the same in the OMR Answer-Sheet as per the direction :

(Remaining instructions on last page)

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश :

1. प्रश्न-पुस्तिका को तब तक न खोलें जब तक आपसे कहा न जाए।
2. प्रश्न-पुस्तिका में 100 प्रश्न हैं। परीक्षार्थी को 75 प्रश्नों को केवल दी गई OMR आन्सर-शीट पर ही हल करना है, प्रश्न-पुस्तिका पर नहीं। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
3. प्रश्नों के उत्तर अंकित करने से पूर्व प्रश्न-पुस्तिका तथा OMR आन्सर-शीट को सावधानीपूर्वक देख लें। दोषपूर्ण प्रश्न-पुस्तिका जिसमें कुछ भाग छपने से छूट गए हों या प्रश्न एक से अधिक बार छप गए हों या उसमें किसी अन्य प्रकार की कमी हो, उसे तुरन्त बदल लें।
4. प्रश्न-पुस्तिका में प्रत्येक प्रश्न के चार सम्भावित उत्तर- A, B, C एवं D हैं। परीक्षार्थी को उन चारों विकल्पों में से सही उत्तर छाँटना है। उत्तर को OMR उत्तर-पत्रक में सम्बन्धित प्रश्न संख्या में निम्न प्रकार भरना है :

(शेष निर्देश अन्तिम पृष्ठ पर)

1. Which factor is most important in geographic segmentation?
   - (A) Age
   - (B) Income
   - (C) Location
   - (D) Gender

1. भौगोलिक विभाजन में कौन-सा कारक सबसे महत्वपूर्ण है?
   - (A) उम्र
   - (B) आय
   - (C) स्थान
   - (D) लिंग

2. Which of the following is not a geographical factor affecting marketing strategy?
   - (A) Climate
   - (B) Topography
   - (C) Population density
   - (D) Consumer psychology

2. निम्नलिखित में से कौन-सा भौगोलिक कारक विपणन रणनीति को प्रभावित करने वाला नहीं है?
   - (A) जलवायु
   - (B) स्थलाकृति
   - (C) जनसंख्या घनत्व
   - (D) उपभोक्ता मनोविज्ञान

3. What is the primary focus of marketing geography?
   - (A) Analyzing the distribution of products
   - (B) Studying the behaviour of consumers
   - (C) Understanding the impact of location on marketing strategies
   - (D) Managing supply chains

3. विपणन भूगोल का मुख्य फोकस क्या है?
   - (A) उत्पादों के वितरण का विश्लेषण करना
   - (B) उपभोक्ताओं के व्यवहार का अध्ययन करना
   - (C) विपणन रणनीतियों पर स्थान के प्रभाव को समझना
   - (D) आपूर्ति शृंखला का प्रबन्धन करना

4. Which of the following best defines marketing geography?
   - (A) The study of how products are made
   - (B) The study of geographic factors affecting marketing activities
   - (C) The study of economic trends in different regions
   - (D) The study of consumer behaviour across the globe

4. निम्नलिखित में से कौन विपणन भूगोल को सबसे अच्छे से परिभाषित करता है?
   - (A) उत्पाद कैसे बनते हैं का अध्ययन
   - (B) विपणन गतिविधियों को प्रभावित करने वाले भौगोलिक कारकों का अध्ययन
   - (C) विभिन्न क्षेत्रों में आर्थिक रूझानों का अध्ययन
   - (D) विश्वभर में उपभोक्ता व्यवहार का अध्ययन

5. What was a primary driver for the development of marketing geography in the 20th Century?
   - (A) Advances in transportation and communication
   - (B) The industrial revolution
   - (C) Agricultural expansion
   - (D) The rise of digital marketing

5. 20वीं सदी में विपणन भूगोल के विकास के लिये एक प्रमुख प्रेरक शक्ति क्या थी?
   - (A) परिवहन और संचार में प्रगति
   - (B) औद्योगिक क्रांति
   - (C) कृषि विस्तार
   - (D) डिजिटल मार्केटिंग का उदय

6. Which approach in marketing geography focuses on the distribution patterns of goods and services?

(A) Regional approach

(B) Spatial approach

(C) Behavioural approach

(D) Systematic approach

7. Which of the following is a key consideration in planning for market distribution in marketing geography?

(A) Population density

(B) Political stability

(C) Cultural diversity

(D) Environmental sustainability

8. Which tool is commonly used in marketing geography for planning and decision-making?

(A) SWOT analysis

(B) Geographic information system

(C) PEST analysis

(D) Cost-benefit analysis

9. Which aspect of planning in marketing geography focuses on optimizing the supply chain?

(A) Transportation planning

(B) Market segmentation

(C) Branding strategy

(D) Price optimization

10. Which factor is most critical in urban planning for marketing geography?

(A) Traffic flow management

(B) Population growth

(C) Climate change

(D) Natural resource distribution

6. विपणन भूगोल में कौन-सा दृष्टिकोण वस्तुओं और सेवाओं के वितरण पैटर्न पर केन्द्रित होता है?

(A) क्षेत्रीय दृष्टिकोण

(B) स्थानिक दृष्टिकोण

(C) व्यवहारगत दृष्टिकोण

(D) व्यवस्थित दृष्टिकोण

7. विपणन भूगोल में बाजार वितरण की योजना बनाते समय निम्नलिखित में से कौन-सा मुख्य विचार है?

(A) जनसंख्या घनत्व

(B) राजनीतिक स्थिरता

(C) सांस्कृतिक विविधता

(D) पर्यावरणीय स्थिरता

8. योजना और निर्णय लेने के लिये विपणन भूगोल में आमतौर पर कौन-सा उपकरण उपयोग किया जाता है?

(A) स्वॉट विश्लेषण

(B) भौगोलिक सूचना प्रणाली

(C) पीईएसटी विश्लेषण

(D) लागत-लाभ विश्लेषण

9. विपणन भूगोल में योजना का कौन-सा पहलू आपूर्ति शृंखला को अनुकूलित करने पर केन्द्रित है?

(A) परिवहन योजना

(B) बाजार विभाजन

(C) ब्रांडिंग रणनीति

(D) मूल्य अनुकूलन

10. विपणन भूगोल के लिये शहरी योजना में सबसे महत्वपूर्ण कारक कौन-सा है?

(A) यातायात प्रवाह प्रबन्धन

(B) जनसंख्या वृद्धि

(C) जलवायु परिवर्तन

(D) प्राकृतिक संसाधन वितरण

11. In marketing geography, agricultural planning helps in identifying :

(A) The most profitable crops for specific regions

(B) The cheapest labour sources

(C) The best international markets

(D) The most efficient fertilizers

11. विपणन भूगोल में, कृषि योजना किसकी पहचान करने में मदद करती है?

(A) विशिष्ट क्षेत्रों के लिये सबसे लाभदायक फसलें

(B) सबसे सस्ते श्रम स्रोत

(C) सर्वोत्तम अन्तर्राष्ट्रीय बाजार

(D) सबसे कुशल उर्वरक

12. Which period marked the significant growth of marketing geography as a distinct field of study?

(A) 18th Century

(B) 19th Century

(C) 20th Century

(D) None of the above

12. विपणन भूगोल को एक विशिष्ट अध्ययन क्षेत्र के रूप में महत्वपूर्ण वृद्धि को किस अवधि में चिन्हित किया?

(A) 18वीं शताब्दी

(B) 19वीं शताब्दी

(C) 20वीं शताब्दी

(D) उपरोक्त में से कोई नहीं

13. Which of the following is a key benefit of understanding marketing geography?

(A) Enhancing product innovation

(B) Improving global supply chain efficiency

(C) Increasing market share in specific regions

(D) Reducing the cost of international marketing

13. विपणन भूगोल को समझने का एक प्रमुख लाभ निम्नलिखित में से कौन-सा है?

(A) उत्पाद नवाचार को बढ़ाना

(B) वैश्विक आपूर्ति शृंखला दक्षता में सुधार

(C) विशिष्ट क्षेत्रों में बाजार हिस्सेदारी बढ़ाना

(D) अन्तर्राष्ट्रीय विपणन लागत को कम करना

14. Which area of study is most closely related to marketing geography?

(A) Urban planning

(B) International relations

(C) Environmental science

(D) Regional economics

14. विपणन भूगोल से सबसे अधिक सम्बन्धित अध्ययन का कौन-सा क्षेत्र है?

(A) शहरी नियोजन

(B) अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्ध

(C) पर्यावरणीय विज्ञान

(D) क्षेत्रीय अर्थशास्त्र

15. Which of the following falls under the scope of marketing geography?

(A) Designing new products

(B) Analyzing regional market trends

(C) Setting up a supply chain network

(D) Creating a corporate identity

15. निम्नलिखित में से कौन विपणन भूगोल के क्षेत्र में आता है?

(A) नये उत्पादों को डिजाइन करना

(B) क्षेत्रीय बाजार प्रवृत्तियों का विश्लेषण करना

(C) आपूर्ति शृंखला नेटवर्क की स्थापना करना

(D) एक कॉर्पोरेट की पहचान करना

16. Which of the following best describes the evolution of marketing geography?
   - (A) From local markets to global markets
   - (B) From agricultural to industrial focus
   - (C) From consumer behaviour to production processes
   - (D) From supply chain management to logistics

16. निम्नलिखित में से कौन विपणन भूगोल के विकास का सर्वोत्तम वर्णन करता है?
   - (A) स्थानीय बाजारों से वैश्विक बाजारों तक
   - (B) कृषि से औद्योगिक फोकस तक
   - (C) उपभोक्ता व्यवहार से उत्पादन प्रक्रियाओं तक
   - (D) आपूर्ति शृंखला प्रबन्धन से लॉजिस्टिक्स तक

17. In marketing geography, the term 'market territory' refers to :
   - (A) The physical space occupied by a company
   - (B) The geographic area served by a business
   - (C) The legal jurisdiction of a company's operations
   - (D) The global reach of a product

17. विपणन भूगोल में 'बाजार क्षेत्र' शब्द से क्या तात्पर्य है?
   - (A) भौतिक क्षेत्र को किसी कम्पनी द्वारा अधिग्रहित किया गया
   - (B) किसी व्यवसाय द्वारा प्रदत्त भौगोलिक क्षेत्र
   - (C) कम्पनी के संचालन का कानूनी अधिकार क्षेत्र
   - (D) किसी उत्पाद की वैश्विक पहुँच

18. Which development in the 21st Century had a significant impact on marketing geography?
   - (A) The growth of e-commerce
   - (B) The decline of brick and mortar stores
   - (C) The rise of social media platforms
   - (D) All of the above

18. 21वीं सदी में किस विकास का विपणन भूगोल पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ा?
   - (A) ई-कॉमर्स का विकास
   - (B) पारम्परिक दुकानों का पतन
   - (C) सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों का उदय
   - (D) उपरोक्त सभी

19. How does market planning in marketing geography contribute to sustainability?
   - (A) By reducing waste through efficient resource allocation
   - (B) By increasing consumer demand
   - (C) By lowering prices
   - (D) By shortening supply chains

19. विपणन भूगोल में बाजार योजना स्थिरता में कैसे योगदान देती है?
   - (A) कुशल संसाधन आवंटन के माध्यम से अपशिष्ट को कम करके
   - (B) उपभोक्ता मांग बढ़ाकर
   - (C) कीमतें कम करके
   - (D) आपूर्ति शृंखलाओं को छोटा करके

20. Which factor is most significant in planning for agricultural marketing?
   - (A) Soil fertility
   - (B) Market accessibility
   - (C) Water availability
   - (D) Pest control

20. कृषि विपणन की योजना बनाने में सबसे महत्वपूर्ण कारक कौन-सा है?
   - (A) मिट्टी की उर्वरता
   - (B) बाजार की पहुँच
   - (C) पानी की उपलब्धता
   - (D) कीट नियंत्रण

21. What is the primary factor used in the classification of markets in marketing geography?
(A) Market size
(B) Product variety
(C) Consumer preferences
(D) Market accessibility

22. Which of the following best describes 'market structure' in marketing geography?
(A) The legal framework governing a market
(B) The physical layout of stores in a market
(C) The arrangement and organization of different markets within a region
(D) The consumer demographic of a market

23. What does the term 'market hierarchy' in marketing geography refer to?
(A) The distribution of products within a single market
(B) The arrangement of market based on their size and importance
(C) The classification of products by quality
(D) The structure of a company's marketing department

24. Which aspect of agricultural planning is essential for sustainable marketing in rural areas?
(A) Crop diversification
(B) Market linkages
(C) Mechanization of farming
(D) Use of chemical fertilizers

25. Which of the following is not a factor in determining market structure?
(A) Number of buyers and sellers
(B) Geographic location of the market
(C) Price of goods sold
(D) Types of products available

21. विपणन भूगोल में बाजारों के वर्गीकरण में प्रमुख कारक क्या हैं?
(A) बाजार का आकार
(B) उत्पाद विविधता
(C) उपभोक्ता प्राथमिकतायें
(D) बाजार की पहुँच

22. विपणन भूगोल में विपणन संरचना का सबसे अच्छा वर्णन कौन-सा है?
(A) एक बाजार को नियंत्रित करने वाला कानूनी ढांचा
(B) एक बाजार में दुकानों का भौतिक विन्यास
(C) एक क्षेत्र के भीतर विभिन्न बाजारों की व्यवस्था और संगठन
(D) एक बाजार की उपभोक्ता जनसांख्यिकी

23. विपणन पदानुक्रम का विपणन भूगोल में क्या अर्थ है?
(A) एक ही बाजार में उत्पादों का वितरण
(B) उनके आकार और महत्व के आधार पर बाजारों की व्यवस्था
(C) गुणवत्ता के आधार पर उत्पादों का वर्गीकरण
(D) एक कम्पनी के विपणन विभाग की संरचना

24. ग्रामीण क्षेत्रों में सतत् विपणन के लिये कृषि योजना का कौन-सा पहलू आवश्यक है?
(A) फसल विविधता
(B) बाजार सम्बन्ध
(C) कृषि का मशीनीकरण
(D) रासायनिक उर्वरकों का उपयोग

25. निम्नलिखित में से कौन-सा कारक बाजार संरचना निर्धारित करने में शामिल नहीं है?
(A) खरीदारों और विक्रेताओं की संख्या
(B) बाजार की भौगोलिक अवस्थिति
(C) बेचे जाने वाले माल की कीमत
(D) उपलब्ध उत्पादों के प्रकार

26. Which of the following is not a part of the marketing channel?
(A) Wholesalers
(B) Retailers
(C) Consumers
(D) Advertisers

26. निम्नलिखित में से कौन-सा विपणन चैनल का हिस्सा नहीं है?
(A) थोक विक्रेता
(B) खुदरा विक्रेता
(C) उपभोक्ता
(D) विज्ञापनदाता

27. Which geometric shape is central to Christaller's model of market location?
(A) Circle
(B) Square
(C) Triangle
(D) Hexagon

27. क्रिस्टालर के बाजार स्थान मॉडल में कौन-सा ज्यामितीय आकार केन्द्रीय है?
(A) वृत्त
(B) वर्ग
(C) त्रिकोण
(D) षट्भुज

28. What are the main types of agricultural markets in India?
(A) Primary, secondary and terminal markets
(B) Urban, sub-urban and rural markets
(C) Wholesale, retail and online markets
(D) Industrial, commercial and residential markets

28. भारत में कृषि बाजारों के मुख्य प्रकार कौन-से हैं?
(A) प्राथमिक, द्वितीयक और टर्मिनल बाजार
(B) शहरी, उपनगरीय और ग्रामीण बाजार
(C) थोक, खुदरा और ऑनलाइन बाजार
(D) औद्योगिक, वाणिज्यिक और आवासीय बाजार

29. What is an essential factor in determining the size of a trade area?
(A) Product manufacturing cost
(B) Population density and purchasing power
(C) Advertising budget
(D) Employee wages

29. व्यापार क्षेत्र का आकार निर्धारित करने में कौन-सा कारक महत्वपूर्ण होता है?
(A) उत्पाद निर्माण लागत
(B) जनसंख्या घनत्व और खरीद शक्ति
(C) विज्ञापन बजट
(D) कर्मचारी वेतन

30. What is the central concept of Christaller's Central place theory?
(A) Hierarchy of market centers
(B) Random distribution of cities
(C) Agglomeration of industries
(D) Climate influence on markets

30. क्रिस्टालर के केन्द्रीय स्थान सिद्धान्त की केन्द्रीय अवधारणा क्या है?
(A) बाजार केन्द्रों का पदानुक्रम
(B) शहरों का यादृच्छिक वितरण
(C) उद्योगों का समूहकरण
(D) बाजारों पर जलवायु का प्रभाव

31. Which of the following is a key function of market intermediaries?

(A) Creating market demand

(B) Facilitating the exchange of goods

(C) Setting market prices

(D) Developing new products

31. बाजार मध्यस्थों का एक मुख्य कार्य क्या है?

(A) बाजार में मांग पैदा करना

(B) वस्तुओं का आदान-प्रदान सुगम बनाना

(C) बाजार मूल्य निर्धारित करना

(D) नये उत्पाद विकसित करना

32. According to Losch's model, market areas are based on :

(A) Consumer preferences

(B) Minimum transportation cost

(C) Maximum profit potential

(D) Government regulations

32. लॉश के मॉडल के अनुसार बाजार क्षेत्र किस पर आधारित होता है?

(A) उपभोक्ता प्राथमिकताएँ

(B) न्यूनतम परिवहन लागत

(C) अधिकतम लाभ की संभावना

(D) सरकारी नियम

33. Which level of market hierarchy typically involves small, localized markets?

(A) Global markets

(B) National markets

(C) Regional markets

(D) Local markets

33. विपणन पदानुक्रम का कौन-सा स्तर आमतौर पर छोटे, स्थानीयकृत बाजारों को शामिल करता है?

(A) वैश्विक बाजार

(B) राष्ट्रीय बाजार

(C) क्षेत्रीय बाजार

(D) स्थानीय बाजार

34. Who are considered the primary market participants in a typical market structure?

(A) Consumers

(B) Producers

(C) Intermediaries

(D) All of the above

34. एक सामान्य बाजार संरचना में प्राथमिक बाजार सहभागियों में कौन शामिल है?

(A) उपभोक्ता

(B) उत्पादक

(C) मध्यस्थ

(D) उपरोक्त सभी

35. Which approach is used to understand consumer decision-making in different regions?

(A) Behavioural approach

(B) Spatial approach

(C) Regional approach

(D) Systematic approach

35. विभिन्न क्षेत्रों में उपभोक्ता निर्णय लेने को समझने के लिये कौन-सा दृष्टिकोण उपयोग किया जाता है?

(A) व्यवहारगत दृष्टिकोण

(B) स्थानिक दृष्टिकोण

(C) क्षेत्रीय दृष्टिकोण

(D) व्यवस्थित दृष्टिकोण

36. The behavioural approach in marketing geography is most closely related to :
(A) Consumer psychology
(B) Product distribution networks
(C) Geographic information system
(D) Economic policies

37. Which approach in marketing geography is likely to involve the use of geographic information system?
(A) Behavioural approach
(B) Spatial approach
(C) Regional approach
(D) Systematic approach

38. Which of the following best describes the concept of 'market segmentation'?
(A) Dividing a market based on the number of competitors
(B) Dividing a market based on geographical regions
(C) Dividing a market based on the physical distribution network
(D) Dividing a market based on the behaviour and needs of consumers

39. Which organization is responsible for regulating international trade?
(A) International Monetary Fund (IMF)
(B) United Nations (UN)
(C) World Trade Organization (WTO)
(D) World Health Organization (WHO)

40. Which year was the World Trade Organization officially established?
(A) 1995
(B) 1985
(C) 2000
(D) 1970

36. विपणन भूगोल में व्यवहारगत दृष्टिकोण सबसे अधिक किससे सम्बन्धित है?
(A) उपभोक्ता मनोविज्ञान
(B) उत्पाद वितरण नेटवर्क
(C) भौगोलिक सूचना प्रणाली
(D) आर्थिक नीतियां

37. विपणन भूगोल में कौन-सा दृष्टिकोण भौगोलिक सूचना प्रणाली के उपयोग में शामिल होने की संभावना है?
(A) व्यवहारगत दृष्टिकोण
(B) स्थानिक दृष्टिकोण
(C) क्षेत्रीय दृष्टिकोण
(D) क्रमबद्ध दृष्टिकोण

38. निम्नलिखित में से कौन बाजार विभाजन की अवधारणा का सबसे अच्छा वर्णन करता है?
(A) प्रतिस्पर्धियों की संख्या के आधार पर बाजार का विभाजन
(B) भौगोलिक क्षेत्रों के आधार पर बाजार को विभाजित करना
(C) भौतिक वितरण नेटवर्क के आधार पर बाजार को विभाजित करना
(D) उपभोक्ताओं के व्यवहार और आवश्यकताओं के आधार पर बाजार को विभाजित करना

39. कौन-सा संगठन अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को विनियमित करने के लिये जिम्मेदार है?
(A) अन्तर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष (आई.एम.एफ.)
(B) संयुक्त राष्ट्र (यू.एन.)
(C) विश्व व्यापार संगठन (डब्ल्यू.टी.ओ.)
(D) विश्व स्वास्थ्य संगठन (डब्ल्यू.एच.ओ.)

40. विश्व व्यापार संगठन की स्थापना किस वर्ष आधिकारिक रूप से हुयी थी?
(A) 1995
(B) 1985
(C) 2000
(D) 1970

41. When was the SAFTA agreement officially implemented?
(A) 2006
(B) 1995
(C) 2010
(D) 1985

41. साफ्टा समझौते को अधिकारिक रूप से कब लागू किया गया था?
(A) 2006
(B) 1995
(C) 2010
(D) 1985

42. What are the main components of agricultural marketing in India?
(A) Collection, grading, processing, transportation and distribution
(B) Mining, manufacturing and industrial sales
(C) Urban development and real estate management
(D) Import and export of non-agricultural goods

42. भारत में कृषि विपणन के मुख्य घटक क्या हैं?
(A) संग्रह, ग्रेडिंग, प्रसंस्करण, परिवहन और वितरण
(B) खनन, निर्माण और औद्योगिक बिक्री
(C) शहरी विकास और अचल संपत्ति प्रबन्धन
(D) गैर-कृषि वस्तुओं का आयात और निर्यात

43. In which areas is informal marketing most prevalent?
(A) High end shopping malls
(B) International trade zones
(C) Corporate business districts
(D) Urban slums and rural areas

43. किन क्षेत्रों में अनौपचारिक विपणन सबसे अधिक प्रचलित है?
(A) उच्च स्तरीय शॉपिंग मॉल में
(B) अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार क्षेत्रों में
(C) कॉर्पोरेट व्यापार जिलों में
(D) शहरी मलिन बस्तियों और ग्रामीण क्षेत्रों में

44. What is the primary role of government purchase centers in formal marketing?
(A) To procure goods directly from producers at regulated prices
(B) To operate without any government oversight
(C) To sell goods directly to consumers without intermediaries
(D) To provide loans to farmers

44. औपचारिक विपणन में सरकारी खरीद केन्द्रों की मुख्य भूमिका क्या है?
(A) उत्पादकों से वस्तुओं की नियमन मूल्य पर सीधे खरीदना
(B) बिना किसी सरकारी निगरानी के संचालन करना
(C) बिचौलियों के बिना सीधे उपभोक्ताओं को वस्तुएं बेचना
(D) किसानों को ऋण प्रदान करना

45. What is the primary characteristic of local trade?
(A) Trade within a small geographic area
(B) Trade between two countries
(C) Trade involving multiple continents
(D) Trade in high value goods

45. स्थानीय व्यापार की प्रमुख विशेषता क्या है?
(A) एक छोटे भौगोलिक क्षेत्र में व्यापार
(B) दो देशों के मध्य व्यापार
(C) कई महाद्वीपों से जुड़ा व्यापार
(D) उच्च मूल्य वाली वस्तुओं में व्यापार

46. National trade refers to trade that occurs :
(A) Between different regions within a country
(B) Between two countries
(C) With a city or town
(D) Between continents

47. What factor contributed to be increased importance of marketing geography in the late 20th century?
(A) Decline in global trade
(B) Globalization and expansion of multinational corporations
(C) Reduction in transportation costs
(D) Increased government regulations

48. Which of the following countries were members of NAFTA?
(A) United States, Canada, Mexico
(B) United States, Brazil, Argentina
(C) Canada, Spain, United States
(D) Mexico, Spain, United States

49. How does agricultural planning impact the distribution of agricultural products?
(A) By improving soil quality
(B) By optimizing the supply chain for better market access
(C) By reducing water usage
(D) By increasing crop variety

50. Urban planning helps marketers in identifying:
(A) Potential customer demographics
(B) Production techniques
(C) Advertising mediums
(D) Competitor pricing

46. राष्ट्रीय व्यापार से तात्पर्य उस व्यापार से है जो:
(A) एक देश में विभिन्न क्षेत्रों के मध्य
(B) दो देशों के मध्य
(C) एक शहर या कस्बे के साथ
(D) महाद्वीपों के मध्य

47. 20वीं सदी के उत्तरार्द्ध में विपणन भूगोल के बढ़ते महत्व में किस कारक का योगदान था?
(A) वैश्विक व्यापार में गिरावट
(B) वैश्वीकरण और बहुराष्ट्रीय कंपनियों का विस्तार
(C) परिवहन लागत में कमी
(D) सरकारी नियमों में वृद्धि

48. निम्नलिखित में से कौन-से देश नाफ्टा के सदस्य थे?
(A) संयुक्त राज्य अमेरिका, कनाडा, मैक्सिको
(B) संयुक्त राज्य अमेरिका, ब्राजील, अर्जेंटीना
(C) कनाडा, स्पेन, संयुक्त राज्य अमेरिका
(D) मैक्सिको, स्पेन, संयुक्त राज्य अमेरिका

49. कृषि योजना कृषि उत्पादों के वितरण को कैसे प्रभावित करती है?
(A) मिट्टी की गुणवत्ता में सुधार करके
(B) बेहतर बाजार पहुँच के लिये आपूर्ति श्रृंखला का अनुकूलन करके
(C) पानी के उपयोग को कम करके
(D) फसल की विविधता बढ़ाकर

50. शहरी योजना विपणक को निम्नलिखित की पहचान करने में मदद करती है:
(A) संभावित ग्राहक जनसांख्यिकी
(B) उत्पादन तकनीकें
(C) विज्ञापन माध्यम
(D) प्रतियोगी मूल्य निर्धारण

51. Which aspect of agricultural planning is crucial for marketing geography?

(A) Crop rotation techniques

(B) Land use planning for agricultural production

(C) Weather prediction

(D) Irrigation methods

52. What is the primary focus of B.J. Berry's model in marketing geography?

(A) Spatial interaction between cities

(B) Determining population density

(C) Agricultural land use patterns

(D) Environmental sustainability

53. Reilly's law takes into account which of the following factors?

(A) Distance between two cities

(B) Population size of cities

(C) Both (A) and (B)

(D) Climate conditions

54. Which type of trade is most likely to be influenced by government policies and international relations?

(A) International trade

(B) Local trade

(C) Regional trade

(D) National trade

55. What is the primary function of marketing channels in marketing geography?

(A) To produce goods and services

(B) To regulate prices in the market

(C) To eliminate the need for intermediaries

(D) To facilitate the movement of goods from producers to consumers

51. कृषि योजना का कौन-सा पहलू विपणन भूगोल के लिये महत्वपूर्ण है?

(A) फसल चक्रण तकनीक

(B) कृषि उत्पादन के लिये भूमि उपयोग योजना

(C) मौसम पूर्वानुमान

(D) सिंचाई विधियां

52. बी.जे. बेरी के मॉडल का विपणन भूगोल में प्राथमिक ध्यान किस पर है?

(A) शहरों के मध्य स्थानिक अंतःक्रिया

(B) जनसंख्या घनत्व निर्धारित करना

(C) कृषि भूमि उपयोग प्रतिरूप

(D) पर्यावरणीय स्थिरता

53. राइली का नियम निम्नलिखित में से किन कारकों को ध्यान में रखता है?

(A) दो शहरों के बीच की दूरी

(B) शहरों का जनसंख्या आकार

(C) दोनों (A) और (B)

(D) जलवायु दशायें

54. किस प्रकार के व्यापार पर सरकारी नीतियों और अन्तर्राष्ट्रीय सम्बन्धों का सबसे अधिक प्रभाव पड़ता है?

(A) अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार

(B) स्थानीय व्यापार

(C) क्षेत्रीय व्यापार

(D) राष्ट्रीय व्यापार

55. विपणन भूगोल में विपणन चैनलों का मुख्य कार्य क्या है?

(A) वस्तुओं और सेवाओं का उत्पादन करना

(B) बाजार में कीमतों को नियंत्रित करना

(C) मध्यस्थता की आवश्यकता को समाप्त करना

(D) उत्पादकों से उपभोक्ताओं तक वस्तुओं की गतिविधि में सहायक होना

56. What role does the WTO play in resolving disputes related to agricultural trade?
(A) It acts as a mediator and arbitrator between countries
(B) It has no role in dispute resolution
(C) It imposes trade sanctions without consultations
(D) It only focuses on non-agricultural trade issues

57. What distinguishes formal marketing from informal marketing?
(A) Formal marketing is regulated and involves taxation
(B) Informal marketing has more legal oversight
(C) Formal marketing is cashless
(D) Informal marketing is characterized by large scale operations

58. What is formal marketing in the context of marketing geography?
(A) Informal trade practices in rural areas
(B) Barter system without monetary transactions
(C) Unregulated street vending
(D) Organized and regulated buying and selling goods and services

59. Which sector is directly linked to agricultural marketing in India?
(A) Farming sector
(B) IT sector
(C) Automobile sector
(D) Banking sector

60. Why is agricultural marketing important in the Indian economy?
(A) It ensures fair prices for farmers and availability of food to consumers
(B) It focuses on the development of industrial infrastructure
(C) It restricts the sale of agricultural products
(D) It only benefits urban population

56. कृषि व्यापार से संबंधित विवादों को सुलझाने में डब्ल्यू.टी.ओ. क्या भूमिका निभाता है?
(A) यह देशों के बीच मध्यस्थ और मध्यस्थ के रूप में कार्य करता है
(B) इसका विवाद समाधान में कोई भूमिका नहीं है
(C) यह बिना परामर्श के व्यापार प्रतिबंध लगाता है
(D) यह केवल गैर-कृषि व्यापार मुद्दों पर ध्यान केन्द्रित करता है

57. औपचारिक विपणन को अनौपचारिक विपणन से क्या अलग करता है?
(A) औपचारिक विपणन विनियमित होता है और इसमें कराधान शामिल होता है
(B) अनौपचारिक विपणन में अधिक कानूनी निरीक्षण होता है
(C) औपचारिक विपणन कैशलेस होता है
(D) अनौपचारिक विपणन के विशेषता बड़े पैमाने पर संचालन है

58. विपणन भूगोल के संदर्भ में औपचारिक विपणन क्या है?
(A) ग्रामीण क्षेत्रों में अनौपचारिक व्यापार प्रथायें
(B) मौद्रिक लेनदेन के बिना विनिमय प्रणाली
(C) अनियमित स्ट्रीट वेंडिंग
(D) वस्तुओं और सेवाओं की संगठित और विनियमित खरीद और बिक्री

59. भारत में कौन-सा क्षेत्र सीधे कृषि विपणन से जुड़ा है?
(A) कृषि क्षेत्र
(B) आई टी क्षेत्र
(C) ऑटोमोबाइल क्षेत्र
(D) बैंकिंग क्षेत्र

60. भारतीय अर्थव्यवस्था में कृषि विपणन क्यों महत्वपूर्ण है?
(A) यह किसानों के लिये उचित मूल्य और उपभोक्ताओं के लिये खाद्य उपलब्धता सुनिश्चित करता है
(B) यह औद्योगिक बुनियादी ढांचे के विकास पर केंद्रित है
(C) यह कृषि उत्पादों की बिक्री को प्रतिबंधित करता है
(D) यह केवल शहरी आबादी को लाभ पहुँचाता है

61. In which year did NAFTA come into effect?
(A) 1994
(B) 1989
(C) 2000
(D) 1975

61. नाफ्टा किस वर्ष में लागू हुआ?
(A) 1994
(B) 1989
(C) 2000
(D) 1975

62. What is the primary function of the World Trade Organization?
(A) To facilitate international trade by setting global rules and standards
(B) To regulate domestic markets within a country
(C) To impose trade barriers between countries
(D) To promote only agricultural trade

62. विश्व व्यापार संगठन का मुख्य कार्य क्या है?
(A) वैश्विक नियमों और मानकों को स्थापित करके अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को सुविधाजनक बनाना
(B) देश के भीतर घरेलू बाजारों को नियंत्रित करना
(C) देशों के मध्य व्यापार बाधायें लगाना
(D) केवल कृषि व्यापार को बढ़ावा देना

63. Which of the following is a primary factor influencing the development of trade in a region?
(A) Geographic location
(B) Language diversity
(C) Entertainment industry
(D) Sports facilities

63. निम्न में से कौन-सा एक क्षेत्र में व्यापार के विकास को प्रभावित करने वाला प्रमुख कारक है?
(A) भौगोलिक स्थिति
(B) भाषा विविधता
(C) मनोरंजन उद्योग
(D) खेल सुविधायें

64. The age of exploration in the 15th century was driven by the search for :
(A) Agricultural land in Europe
(B) New trade routes to Asia
(C) Technological advancements in transportation
(D) Cultural exchange with Native Americans

64. 15वीं शताब्दी में अन्वेषण के युग को किसकी खोज द्वारा प्रेरित किया गया था?
(A) यूरोप में कृषि भूमि
(B) एशिया के लिये नये व्यापार मार्ग
(C) परिवहन में तकनीकी प्रगति
(D) नेटिव अमेरिकियों के साथ सांस्कृतिक आदान-प्रदान

65. What is the main advantage of regional trade?
(A) Government subsidies
(B) Global market access
(C) Reduced transportation costs
(D) Large scale production

65. क्षेत्रीय व्यापार का मुख्य लाभ क्या है?
(A) सरकारी सब्सिडी
(B) वैश्विक बाजार तक पहुँच
(C) परिवहन लागत में कमी
(D) बड़े पैमाने पर उत्पादन

66. Which of the following development was crucial in the expansion of trade during the Industrial Revolution?
(A) The development of railways and steamships
(B) The invention of the telegraph
(C) The discovery of electricity
(D) The decline of feudalism

66. औद्योगिक क्रांति के दौरान व्यापार के विस्तार में निम्नलिखित में से कौन-सा विकास महत्वपूर्ण था?
(A) रेलवे और स्टीमशिप्स का विकास
(B) टेलीग्राफ का आविष्कार
(C) विद्युत की खोज
(D) सामंतवाद का पतन

67. National trade can help a country to :
(A) Depend on imports
(B) Control global markets
(C) Isolate from international competition
(D) Boost economic growth

67. राष्ट्रीय व्यापार किसी देश को किस प्रकार सहायता कर सकता है?
(A) आयात पर निर्भरता
(B) वैश्विक बाजारों को नियंत्रित करना
(C) अन्तर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा से अलगाव
(D) आर्थिक विकास को बढ़ावा देकर

68. In B.J. Berry's model, the concept of 'Breaking Point' is associated with :
(A) The point where two trade areas meet
(B) The maximum population a city can support
(C) The saturation point of market demand
(D) The centre of a trade area

68. बी.जे. बेरी के मॉडल में ब्रेकिंग प्वाइंट की अवधारणा किससे जुड़ी है?
(A) वह बिन्दु जहाँ दो व्यापार क्षेत्र मिलते हैं
(B) वह अधिकतम जनसंख्या जिसे एक शहर सहारा दे सकता है
(C) बाजार की मांग का संतृप्ति बिन्दु
(D) व्यापार क्षेत्र का केन्द्र

69. Which of the following is a key difference between Christaller and Losch's models?
(A) Consideration of consumer preferences
(B) Focus on different market hierarchies
(C) Application of different geometric shapes
(D) Emphasis on government intervention

69. क्रिस्टालर और लॉश के मॉडल में निम्नलिखित में से कौन-सा एक प्रमुख अन्तर है?
(A) उपभोक्ता प्राथमिकताओं पर विचार करना
(B) विभिन्न बाजार पदानुक्रमों पर ध्यान केन्द्रित करना
(C) विभिन्न ज्यामितीय आकारों का अनुप्रयोग
(D) सरकारी हस्तक्षेप पर जोर

70. Which term refers to the entire range of steps involved in bringing a product from production to consumption?
(A) Marketing strategy
(B) Distribution network
(C) Market channel
(D) Sales funnel

70. वह शब्द जो एक उत्पाद को निर्माण से उपभोग तक लाने की पूरी प्रक्रिया को संदर्भित करता है :
(A) विपणन रणनीति
(B) वितरण नेटवर्क
(C) विपणन चैनल
(D) बिक्री फनल

71. Why is marketing geography significant for businesses?

(A) It helps in predicting global financial markets

(B) It enables businesses to tailor their strategies to specific regions

(C) It standardizes marketing practices globally

(D) It reduces production costs

71. विपणन भूगोल व्यवसायों के लिये महत्वपूर्ण क्यों है?

(A) यह वैश्विक वित्तीय बाजारों की भविष्यवाणी करने में मदद करता है

(B) यह व्यवसायों को अपनी रणनीतियों को विशिष्ट क्षेत्रों के लिये अनुकूलित करने में सक्षम बनाता है

(C) यह वैश्विक स्तर पर विपणन प्रथाओं को मानकीकृत करता है

(D) यह उत्पादन लागत को कम करता है

72. Which of the following is not a component of marketing geography?

(A) Consumer preferences in different regions

(B) Geographic distribution of competitors

(C) Global economic policies

(D) Climate impact on product demand

72. निम्नलिखित में से कौन विपणन भूगोल का घटक नहीं है?

(A) विभिन्न क्षेत्रों में उपभोक्ता वरीयतायें

(B) प्रतिस्पर्धियों का भौगोलिक वितरण

(C) वैश्विक आर्थिक नीतियां

(D) उत्पाद मांग पर जलवायु का प्रभाव

73. The study of marketing geography has envolved to include which of the following new areas?

(A) Digital landscapes

(B) Traditional trade routes

(C) Manual data collection

(D) Local fairs and markets

73. विपणन भूगोल के अध्ययन में निम्नलिखित में से कौन-से नये क्षेत्रों को शामिल किया गया है?

(A) डिजिटल परिदृश्य

(B) पारम्परिक व्यापार मार्ग

(C) मैनुअल डेटा संग्रह

(D) स्थानीय मेले और बाजार

74. Which concept is most closely associated with the development of marketing geography in the digital age?

(A) Market saturation

(B) Geographic information system

(C) Mass production

(D) Standardization

74. डिजिटल युग में विपणन भूगोल के विकास के साथ कौन-सी अवधारणा सबसे अधिक जुड़ी हुयी है?

(A) बाजार संतृप्ति

(B) भौगोलिक सूचना प्रणाली

(C) बड़े पैमाने पर उत्पादन

(D) मानकीकरण

75. Which approach studies the influence of location on marketing activities?

(A) Systematic approach

(B) Spatial approach

(C) Behavioural approach

(D) Quantitative approach

75. कौन-सा दृष्टिकोण विपणन गतिविधियों पर स्थान के प्रभाव का अध्ययन करता है?

(A) व्यवस्थित दृष्टिकोण

(B) स्थानिक दृष्टिकोण

(C) व्यवहारगत दृष्टिकोण

(D) मात्रात्मक दृष्टिकोण

76. Market planning in marketing geography involves assessing which of the following?

(A) Transportation networks

(B) Political boundaries

(C) Climate patterns

(D) Consumer purchasing behaviour

76. विपणन भूगोल में बाजार योजना में निम्नलिखित में से किसका आकलन करना शामिल है?

(A) परिवहन नेटवर्क

(B) राजनीतिक सीमायें

(C) जलवायु प्रतिरूप

(D) उपभोक्ता खरीद व्यवहार

77. How does urban planning influence marketing strategies in a city?

(A) By determining consumer demand

(B) By influencing the location of retail outlets

(C) By setting product prices

(D) By controlling advertising methods

77. शहरी योजना शहर में विपणन रणनीतियों को कैसे प्रभावित करती है?

(A) उपभोक्ता मांग निर्धारित करके

(B) खुदरा बिक्री केन्द्रों के स्थान को प्रभावित करके

(C) उत्पाद की कीमतें निर्धारित करके

(D) विज्ञापन विधियों को नियंत्रित करके

78. How does planning for agricultural infrastructure contribute to market development?

(A) By decreasing production costs

(B) By ensuring timely transportation and storage of products

(C) By promoting organic farming

(D) By increasing crop yield

78. कृषि बुनियादी ढांचे की योजना बाजार विकास में कैसे योगदान करती है?

(A) उत्पादन लागत घटाकर

(B) उत्पादों का समय पर परिवहन और भंडारण को सुनिश्चित करके

(C) जैविक खेती को बढ़ावा देकर

(D) फसल उत्पादन बढ़ाकर

79. What is the main concept behind Christaller's central place theory?

(A) Minimizing the distance to the nearest market

(B) Maximizing transportation costs

(C) Equitable distribution of markets

(D) Random distribution of markets

79. क्रिस्टालर के केन्द्रीय स्थान सिद्धान्त के पीछे मुख्य अवधारणा क्या है?

(A) निकटतम बाजार की दूरी को कम करना

(B) परिवहन लागत को अधिकतम करना

(C) बाजारों का समान वितरण

(D) बाजारों का यादृच्छिक वितरण

80. Losch's model of market location is primarily concerned with :

(A) Profit maximization for businesses

(B) Equitable distribution of resources

(C) The geographical size of markets

(D) The political control of regions

80. लॉश के बाजार स्थान मॉडल का प्राथमिक उद्देश्य क्या है?

(A) व्यवसायों के लिये लाभ को अधिकतम करना

(B) संसाधनों का समान वितरण

(C) बाजारों का भौगोलिक आकार

(D) क्षेत्रों का राजनीतिक नियन्त्रण

81. Which of the following is a characteristic of international trade?
   (A) Trade between countries
   (B) Trade within a region
   (C) Trade limited to local markets
   (D) All of the above

82. Which of the following is not typically involved in local trade?
   (A) Small businesses and local farmers
   (B) Multinational corporations
   (C) Neighborhood markets
   (D) Local artisans

83. Which ancient civilization is known for establishing extensive trade networks across the mediterranean?
   (A) Phoenicians (B) Aztecs
   (C) Mongols (D) Incas

84. Which historical period saw the rise of European colonialism that significantly impacted global trade?
   (A) 15th to 18th centuries
   (B) 8th to 10th centuries
   (C) 19th to 20th centuries
   (D) 5th to 7th centuries

85. How does political stability affect trade development in a country?
   (A) By discouraging foreign investments
   (B) By providing a secure environment for business operations
   (C) By increasing trade barriers
   (D) By causing frequent market disruptions

86. Which factor is crucial for facilitating international trade?
   (A) Strong diplomatic relations
   (B) Cultural isolation
   (C) Language barriers
   (D) Limited infrastructure

81. निम्नलिखित में से अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार की कौन-सी विशेषता है?
   (A) देशों के बीच व्यापार
   (B) एक क्षेत्र के भीतर व्यापार करना
   (C) स्थानीय बाजारों तक सीमित व्यापार
   (D) उपरोक्त सभी

82. निम्नलिखित में से कौन-सा सामान्यतः स्थानीय व्यापार में शामिल नहीं होता है?
   (A) छोटे व्यवसाय और स्थानीय किसान
   (B) बहुराष्ट्रीय निगम
   (C) पड़ोस के बाजार
   (D) स्थानीय कारीगर

83. कौन-सी प्राचीन सभ्यता भूमध्य सागर के पार व्यापक व्यापार नेटवर्क स्थापित करने के लिये जानी जाती है?
   (A) फ़िनिशियन (B) एज्टेक
   (C) मंगोल (D) इंका

84. कौन-से ऐतिहासिक काल ने यूरोपीय औपनिवेशिकता के उदय को देखा जिसने वैश्विक व्यापार को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया?
   (A) 15वीं से 18वीं शताब्दी
   (B) 8वीं से 10वीं शताब्दी
   (C) 19वीं से 20वीं शताब्दी
   (D) 5वीं से 7वीं शताब्दी

85. राजनीतिक स्थिरता किसी देश में व्यापार के विकास को कैसे प्रभावित करती है?
   (A) विदेशी निवेश को हतोत्साहित करके
   (B) व्यापार संचालन के लिये एक सुरक्षित वातावरण प्रदान करके
   (C) व्यापार बाधाओं को बढ़ाकर
   (D) बाजार में निरन्तर व्यवधान उत्पन्न करके

86. अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को सुविधाजनक बनाने के लिये कौन-सा कारक महत्वपूर्ण है?
   (A) मजबूत राजनयिक सम्बन्ध
   (B) सांस्कृतिक अलगाव
   (C) भाषा बाधायें
   (D) सीमित बुनियादी ढांचा

87. What is a key objective of the WTO?
(A) To manage domestic market prices
(B) To increase tariffs and import taxes globally
(C) To promote trade within a single regions
(D) To reduce trade barriers between member countries

88. Which of the following is a significant criticism of the WTO?
(A) It favours developed countries over developing ones
(B) It eliminates all trade tariffs
(C) It operates only in Europe
(D) It focuses solely on environmental issues

89. How does SAFTA aim to reduce barriers among member countries?
(A) By increasing import duties
(B) By creating new trade barriers
(C) By lowering tariffs and removing quotas on goods
(D) By restricting cross-border trade

90. Which agreement replaced NAFTA in 2020?
(A) USMCA (United States-Mexico-Canada Agreement)
(B) TPP (Trans-Pacific Partnership)
(C) CETA (Comprehensive Economic and Trade Agreement)
(D) None of the above

91. The significance of marketing geography lies in its ability to:
(A) Create uniform pricing strategies worldwide
(B) Identify market potential in various regions
(C) Reduce the need for market research
(D) Simplify international trade

87. डब्ल्यू.टी.ओ. का एक प्रमुख उद्देश्य क्या है?
(A) घरेलू बाजार की कीमतों को प्रबंधित करना
(B) वैश्विक स्तर पर शुल्क और आयात करों को बढ़ाना
(C) एकल क्षेत्र के भीतर व्यापार को बढ़ावा देना
(D) सदस्य देशों के बीच व्यापार बाधाओं को कम करना

88. डब्ल्यू.टी.ओ. की निम्नलिखित में से कौन-सी एक महत्वपूर्ण आलोचना है?
(A) यह विकसित देशों को विकासशील देशों पर प्राथमिकता देता है
(B) यह सभी व्यापार शुल्क समाप्त कर देता है
(C) यह केवल यूरोप में काम करता है
(D) यह केवल पर्यावरणीय मुद्दों पर ध्यान केन्द्रित करता है

89. साफ्टा के सदस्य देशों के बीच व्यापार बाधाओं को कैसे कम करने का लक्ष्य रखता है?
(A) आयात शुल्क बढ़ाकर
(B) नये व्यापार बाधाओं का निर्माण करके
(C) शुल्क को कम करके और वस्तुओं पर कोटा हटाकर
(D) सीमा पर व्यापार को प्रतिबंधित करके

90. किस समझौते ने 2020 में नाफ्टा की जगह ली?
(A) यू.एस.एम.सी.ए. (संयुक्त राज्य अमेरिका-मैक्सिको-कनाडा समझौता)
(B) टी.पी.पी. (ट्रांस-पैसिफिक साझेदारी)
(C) सी.ई.टी.ए. (समग्र आर्थिक और व्यापार समझौता)
(D) उपरोक्त में से कोई नहीं

91. विपणन भूगोल का महत्व इसके इस क्षमता में निहित है कि वह :
(A) विश्व में एकसमान मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ बनाना
(B) विभिन्न क्षेत्रों में बाजार की क्षमता की पहचान करना
(C) बाजार अनुसंधान की आवश्यकता को कम करना
(D) अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार को सरल बनाना

92. How does marketing geography influence product distribution?

(A) By determining optimal locations for warehouses and stores

(B) By centralizing all distribution channels

(C) By limiting product availability to urban areas

(D) By standardizing shipping methods globally

93. What role did technological advancements play in the growth of marketing geography?

(A) Limited the scope of geographic analysis

(B) Expanded the ability to track and analyze consumer behaviour across regions

(C) Reduced the need for geographic studies

(D) Focused solely on rural markets

94. The development of marketing geography has led to a better understanding of which of the following?

(A) The relationship between consumer behaviour and location

(B) The importance of local traditions in product marketing

(C) The impact of global economic policies on regional markets

(D) All of the above

95. Which approach focuses on the physical and human geography influencing marketing decisions?

(A) Behavioural approach

(B) Regional approach

(C) Spatial approach

(D) Systematic approach

92. विपणन भूगोल उत्पाद वितरण को कैसे प्रभावित करता है?

(A) गोदामों और दुकानों के लिये इष्टतम स्थान निर्धारित करके

(B) सभी वितरण चैनलों का केन्द्रीकरण करके

(C) उत्पाद की उपलब्धता को शहरी क्षेत्रों तक सीमित करके

(D) वैश्विक स्तर पर शिपिंग विधियों को मानकीकृत करके

93. विपणन भूगोल के विकास में तकनीकी प्रगति ने क्या भूमिका निभाई:

(A) भौगोलिक विश्लेषण के दायरे को सीमित कर दिया

(B) क्षेत्रों में उपभोक्ता व्यवहार को ट्रैक और विश्लेषण करने की क्षमता का विस्तार किया

(C) भौगोलिक अध्ययन की आवश्यकता को कम कर दिया

(D) केवल ग्रामीण बाजारों पर ध्यान केन्द्रित किया

94. विपणन भूगोल के विकास ने निम्नलिखित में से किसके बारे में बेहतर समझ को जन्म दिया?

(A) उपभोक्ता व्यवहार और स्थान के बीच सम्बन्ध

(B) उत्पाद विपणन में स्थानीय परम्पराओं का महत्व

(C) क्षेत्रीय बाजारों पर वैश्विक आर्थिक नीतियों का प्रभाव

(D) उपरोक्त सभी

95. कौन-सा दृष्टिकोण विपणन निर्णयों को प्रभावित करने वाले भौतिक और मानव भूगोल पर केन्द्रित होता है?

(A) व्यवहारगत दृष्टिकोण

(B) क्षेत्रीय दृष्टिकोण

(C) स्थानिक दृष्टिकोण

(D) व्यवस्थित दृष्टिकोण

96. What is the primary goal of applying planning in marketing geography?
(A) To maximize production
(B) To optimize the allocation of resources and market access
(C) To minimize transportation costs
(D) To increase market competition

97. How does planning influence the integration of agriculture into the global market?
(A) By developing export-oriented crop strategies
(B) By increasing the use of local seeds
(C) By promoting traditional farming practices
(D) By limiting the use of fertilizers

98. In a market hierarchy, what characterizes a central place?
(A) A market that serves as a regional hub
(B) A market that only sells luxury goods
(C) A market with the most consumer traffic
(D) A market located in a rural area

99. What is the primary purpose of international trade?
(A) To exchange goods and services between countries
(B) To restrict the movement of goods across borders
(C) To encourage domestic production only
(D) To eliminate competition

100. Which of the following best defines Indian agricultural marketing?
(A) To import of agricultural machinery
(B) To creation of urban markets for non-agricultural goods
(C) The promotion of industrial goods in rural areas
(D) The process of moving agricultural products from farm to consumer

96. विपणन भूगोल में योजना लागू करने का मुख्य उद्देश्य क्या है?
(A) उत्पादन को अधिकतम करना
(B) संसाधनों और बाजार पहुंच कर अनुकूलन करना
(C) परिवहन लागत को कम करना
(D) बाजार प्रतिस्पर्धा बढ़ाना

97. योजना कृषि को वैश्विक बाजार में एकीकृत करने को कैसे प्रभावित करती है?
(A) निर्यात उन्मुख फसल रणनीतियों को विकसित करके
(B) स्थानीय बीजों के उपयोग को बढ़ाकर
(C) पारम्परिक कृषि पद्धतियों को बढ़ावा देकर
(D) उर्वरकों के उपयोग को सीमित करके

98. विपणन पदानुक्रम में केन्द्रीय स्थान की क्या विशेषता है?
(A) एक बाजार जो क्षेत्रीय केन्द्र के रूप में कार्य करता है
(B) एक बाजार जो केवल विलासिता की वस्तुयें बेचता है
(C) एक बाजार जिसमें सबसे अधिक उपभोक्ता यातायात होता है
(D) ग्रामीण क्षेत्र में स्थित एक बाजार

99. अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार का मुख्य उद्देश्य क्या है?
(A) देशों के बीच वस्तुओं और सेवाओं का आदान-प्रदान करना
(B) सीमाओं के पार वस्तुओं की आवाजाही को प्रतिबंधित करना
(C) केवल घरेलू उत्पादन को बढ़ावा देना
(D) प्रतिस्पर्धा को समाप्त करना

100. निम्नलिखित में से कौन भारतीय कृषि विपणन को सबसे अच्छी तरह परिभाषित करता है?
(A) कृषि मशीनरी का आयात
(B) गैर-कृषि वस्तुओं के लिये शहरी बाजारों का निर्माण
(C) ग्रामीण क्षेत्रों में औद्योगिक वस्तुओं का प्रचार
(D) कृषि उत्पादों को खेत से उपभोक्ता तक पहुँचाने की प्रक्रिया

Rough Work / रफ कार्य

Example :

Question :

Q.1 Ⓐ ● Ⓒ Ⓓ

Q.2 Ⓐ Ⓑ ● Ⓓ

Q.3 Ⓐ ● Ⓒ Ⓓ

5. Each question carries equal marks. Marks will be awarded according to the number of correct answers you have.

6. All answers are to be given on OMR Answer Sheet only. Answers given anywhere other than the place specified in the answer sheet will not be considered valid.

7. Before writing anything on the OMR Answer Sheet, all the instructions given in it should be read carefully.

8. After the completion of the examination, candidates should leave the examination hall only after providing their OMR Answer Sheet to the invigilator. Candidate can carry their Question Booklet.

9. There will be no negative marking.

10. Rough work, if any, should be done on the blank pages provided for the purpose in the booklet.

11. To bring and use of log-book, calculator, pager & cellular phone in examination hall is prohibited.

12. In case of any difference found in English and Hindi version of the question, the English version of the question will be held authentic.

Impt. On opening the question booklet, first check that all the pages of the question booklet are printed properly. If there is any discrepancy in the question Booklet, then after showing it to the invigilator, get another question Booklet of the same series.

उदाहरण :

प्रश्न :

प्रश्न 1 Ⓐ ● Ⓒ Ⓓ

प्रश्न 2 Ⓐ Ⓑ ● Ⓓ

प्रश्न 3 Ⓐ ● Ⓒ Ⓓ

5. प्रत्येक प्रश्न के अंक समान हैं। आपके जितने उत्तर सही होंगे, उन्हीं के अनुसार अंक प्रदान किये जायेंगे।

6. सभी उत्तर केवल ओ०एम०आर० उत्तर-पत्रक (OMR Answer Sheet) पर ही दिये जाने हैं। उत्तर-पत्रक में निर्धारित स्थान के अलावा अन्यत्र कहीं पर दिया गया उत्तर मान्य नहीं होगा।

7. ओ०एम०आर० उत्तर-पत्रक (OMR Answer Sheet) पर कुछ भी लिखने से पूर्व उसमें दिये गये सभी अनुदेशों को सावधानीपूर्वक पढ़ लिया जाये।

8. परीक्षा समाप्ति के उपरान्त परीक्षार्थी कक्ष निरीक्षक को अपनी OMR Answer Sheet उपलब्ध कराने के बाद ही परीक्षा कक्ष से प्रस्थान करें। परीक्षार्थी अपने साथ प्रश्न-पुस्तिका ले जा सकते हैं।

9. निगेटिव मार्किंग नहीं है।

10. कोई भी रफ कार्य, प्रश्न-पुस्तिका में, रफ-कार्य के लिए दिए खाली पेज पर ही किया जाना चाहिए।

11. परीक्षा-कक्ष में लॉग-बुक, कैल्कुलेटर, पेजर तथा सेल्युलर फोन ले जाना तथा उसका उपयोग करना वर्जित है।

12. प्रश्न के हिन्दी एवं अंग्रेजी रूपान्तरण में भिन्नता होने की दशा में प्रश्न का अंग्रेजी रूपान्तरण ही मान्य होगा।

महत्वपूर्णः प्रश्नपुस्तिका खोलने पर प्रथमतः जाँच कर देख लें कि प्रश्नपुस्तिका के सभी पृष्ठ भलीभाँति छपे हुए हैं। यदि प्रश्नपुस्तिका में कोई कमी हो, तो कक्षनिरीक्षक को दिखाकर उसी सिरीज की दूसरी प्रश्नपुस्तिका प्राप्त कर लें।