11.04.26

Roll No. .....

NP-155

5,000 20/40/30/40

March-April 2026
B.B.A. (Third Year) (4 Y.D.C.) Examination
कार्यात्मक प्रबंधन
(FUNCTIONAL MANAGEMENT)
Group A (HR)
गौण/वैकल्पिक प्रश्न-पत्र
Minor/Elective Paper

Time : 3 Hours] **[Max. Marks : 70**
[Min. Marks : 25

नोट : सभी खण्ड अनिवार्य हैं । सभी के लिए अंक विभाजन योजना प्रश्न-पत्र में दर्शाये अनुसार होगी । दृष्टिबाधित छात्रों के लिए 60 मिनट अतिरिक्त समय दिया जाएगा ।
विश्वविद्यालय के पास अंक विभाजन के परिवर्तन का अधिकार सुरक्षित है ।

Each Section is compulsory. The marks distribution is same as shown in the question paper. The blind students will be given 60 minutes extra time.
University has all rights to change the distribution of marks.

खण्ड 'अ' (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)
Section A (Objective Type Questions) 6×1=6

नोट : सभी प्रश्न अनिवार्य हैं ।
All questions are compulsory.

1. निम्नलिखित में से कौनसा एक प्रमुख वित्तीय निर्णय है ?
   (अ) नए कर्मचारियों की भर्ती करना
   (ब) एक नया उत्पाद विकसित करना
   (स) एक नए संयंत्र में निवेश करना
   (द) एक नया विपणन अभियान डिजाइन करना
   Which of the following is a key financial decision ?
   (a) Hiring new employees
   (b) Developing a new product
   (c) Investing in a new plant
   (d) Designing a new marketing campaign

2. निवेश के अवसरों का मूल्यांकन करने और संसाधनों का आबंटन करने की प्रक्रिया को क्या कहा जाता है ?
   (अ) पूँजी बजट (ब) वित्तीय पूर्वानुमान
   (स) जोखिम प्रबंधन (द) लागत लेखांकन
   The process of evaluating investment opportunities and allocating resources is known as :
   (a) Capital budgeting (b) Financial forecasting
   (c) Risk management (d) Cost accounting

3. कर्मचारियों को आकर्षित करने, चयन करने और बनाए रखने की प्रक्रिया को क्या कहा जाता है ?

(अ) भर्ती और चयन
(ब) प्रदर्शन प्रबंधन
(स) प्रशिक्षण और विकास
(द) पारिश्रमिक और लाभ

The process of attracting, selecting and retaining employees is known as :

(a) Recruitment and selection
(b) Performance management
(c) Training and development
(d) Compensation and benefits

4. उत्पादन प्रक्रिया की योजना बनाने, आयोजन करने, निर्देशित करने और नियंत्रित करने की प्रक्रिया को क्या कहा जाता है ?

(अ) संचालन प्रबंधन
(ब) आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन
(स) गुणवत्ता नियंत्रण
(द) सूची प्रबंधन

The process of planning, organizing, directing and controlling the production process is known as :

(a) Operations management
(b) Supply chain management
(c) Quality control
(d) Inventory management

5. विपणन के 4P क्या हैं ?

(अ) उत्पाद, मूल्य, स्थान, संवर्धन
(ब) लोग, प्रक्रिया, भौतिक साक्ष्य, उत्पादकता
(स) योजना, आयोजन, नेतृत्व, नियंत्रण
(द) समस्या, उद्देश्य, योजना, प्रदर्शन

The 4Ps of marketing are :

(a) Product, Price, Place, Promotion
(b) People, Process, Physical Evidence, Productivity
(c) Planning, Organizing, Leading, Controlling
(d) Problem, Purpose, Plan, Performance

6. निम्नलिखित में से कौनसा एक डिजिटल मार्केटिंग चैनल है ?

(अ) टेलीविजन विज्ञापन
(ब) रेडियो विज्ञापन
(स) सोशल मीडिया मार्केटिंग
(द) प्रिंट विज्ञापन

Which of the following is a digital marketing channel ?

(a) Television advertising
(b) Radio advertising
(c) Social media marketing
(d) Print advertising

खण्ड 'ब' (लघु उत्तरीय प्रश्न)

Section B (Short Answer Type Questions) 5×8=40

नोट : सभी प्रश्न अनिवार्य हैं ।

All questions are compulsory.

1. धन का समय मूल्य क्या है और यह वित्तीय निर्णय लेने के लिए क्यों महत्वपूर्ण है ?

What is the time value of money and why is it important for financial decision-making ?

अथवा (*Or*)

पूँजी बजट की अवधारणा समझाइये और दीर्घकालिक निवेश निर्णयों में इसकी भूमिका बताइये ।

Explain the concept of capital budgeting and its role in long-term investment decisions.

2. एक सफल कर्मचारी प्रतिधारण रणनीति के प्रमुख घटक क्या हैं ?

What are the key components of a successful employee retention strategy ?

अथवा (*Or*)

कर्मचारियों को प्रेरित करने और विकसित करने के लिए प्रदर्शन मूल्यांकन प्रणालियों का उपयोग कैसे किया जा सकता है ?

How can performance appraisal systems be used to motivate and develop employees ?

3. जस्ट-इन-टाइम (JIT) सूची प्रबंधन की अवधारणा का वर्णन कीजिए और इसके लाभ बताइये ।

Describe the concept of Just-In-Time (JIT) inventory management and its benefits.

अथवा (*Or*)

कुल गुणवत्ता प्रबंधन (TQM) क्या है और इसे एक विनिर्माण संगठन में कैसे लागू किया जा सकता है ?

What is Total Quality Management (TQM) and how can it be implemented in a manufacturing organization ?

4. उत्पाद जीवन-चक्र की अवधारणा समझाइये और विपणन रणनीतियों के लिए इसके प्रभाव बताइये ।

Explain the concept of product life-cycle and its implications for marketing strategies.

अथवा (*Or*)

उत्पाद-उन्मुख और बाजार-उन्मुख विपणन रणनीति में क्या अंतर है ?

What is the difference between a product-oriented and a market-oriented marketing strategy ?

5. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (SEO) क्या है और यह एक वेबसाइट की दृश्यता कैसे बढ़ा सकता है ?

What is search engine optimization (SEO) and how can it improve a website's visibility ?

अथवा (*Or*)

ब्राण्ड जागरूकता और ग्राहक जुड़ाव बनाने में सोशल मीडिया मार्केटिंग की भूमिका पर चर्चा कीजिए ।

Discuss the role of social media marketing in building brand awareness and customer engagement.

खण्ड 'स' (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Section C (Long Answer Type Questions)

2×12=24

नोट : किन्हीं **दो** प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

Attempt any *Two* questions.

1. अस्थिर आर्थिक वातावरण में संगठन अल्पकालिक लाभप्रदता को दीर्घकालिक स्थिरता के साथ प्रभावी ढंग से कैसे संतुलित कर सकते हैं ?

   How can organizations effectively balance short-term profitability with long-term sustainability in a volatile economic environment ?

2. तेजी से बदलते तकनीकी परिवर्तन के युग में, संगठन कैसे सुनिश्चित कर सकते हैं कि उनका कार्यबल उभरते रुझानों के लिए चुस्त और अनुकूलनीय बना रहे ?

   In an era of rapid technological change, how can organizations ensure that their workforce remains agile and adaptable to emerging trends ?

3. संगठन पर्यावरणीय प्रभाव को कम करते हुए और नैतिक मानकों का पालन करते हुए इष्टतम उत्पादन दक्षता कैसे प्राप्त कर सकते हैं ?

   How can organizations achieve optimal production efficiency while minimizing environmental impact and adhering to ethical standards ?

4. डाटा-संचालित मार्केटिंग के युग में, संगठन व्यक्तिगत और प्रभावशाली मार्केटिंग अभियान बनाने के लिए उपभोक्ता अंतर्दृष्टि का प्रभावी ढंग से उपयोग कैसे कर सकते हैं ?

   In the age of data-driven marketing, how can organizations effectively leverage consumer insights to create personalized and impactful marketing campaigns ?

5. संगठन एक जटिल और लगातार विकसित हो रहे डिजिटल परिदृश्य में अपने डिजिटल मार्केटिंग प्रयासों पर निवेश पर रिटर्न (ROI) को कैसे माप सकते हैं ?

   How can businesses measure the return on investment (ROI) of their digital marketing efforts in a complex and ever evolving digital landscape ?

❖❖❖❖❖❖❖