Roll No. .....

5,000 20/40/30/40

NP-160

March-April 2026
B.B.A. (Third Year) (4 Y.D.C.) Examination
Group - B
विपणन (MARKETING)
खुदरा प्रबंधन
Retail Management
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. खुदरा बिक्री कौनसी तीन घरेलू उपयोगिता प्रदान करती है ?

(अ) समय, जगह और मूल्य (ब) समय, प्रसिद्धि एवं अधिकार

(स) समय, धन और मूल्य (द) समय, जगह एवं अधिकार

Retailing provides three utilities homely :

(a) Time, Place and Price (b) Time, Popularity and Pessession

(c) Time, Money and Price (d) Time, Place and Possession

2. खुदरा बिक्री सीधे सम्बन्धित है :

(अ) अंतिम उपभोक्ता से (ब) थोक व्यापारी से

(स) विपणनकर्ता से (द) संचार माध्यम से

Retailing offers direct interaction with :

(a) End Consumer (b) Wholesalers

(c) Marketers (d) Media

3. एफ.एम.सी.जी. का अर्थ है :

(अ) फास्ट मूविंग कंज्यूमर गुड्स

(ब) फास्ट मूविंग कस्टमर गुड्स

(स) फाइनल मर्कैंडाइज कंज्यूमर गुड्स

(द) फास्ट मेल्टिंग कंज्यूमर गुड्स

FMCG means :

(a) Fast Moving Consumer Goods

(b) Fast Moving Cutomer Goods

(c) Final Merchandise Consumer Goods

(d) Fast Melting Consumer Goods

4. सी.ए.जी.आर. का अर्थ है :

(अ) कम्पाउण्ड एनुअल ग्रोथ रेट (ब) कम्पनी एनुअल ग्रोथ रेट

(स) कैल्क्युलेटेड एनुअल ग्रोथ रेट (द) कम्प्यूटेड एनुअल ग्रोथ रेट

CAGR stands for :

(a) Compound Annual Growth Rate (b) Company Annual Growth Rate

(c) Calculated Annual Growth Rate (d) Computed Annual Growth Rate

5. निजी लेबल ब्रांड को जाना जाता है :

(अ) तृतीय पक्ष ब्राण्ड (ब) भण्डार/दुकान ब्राण्ड

(स) निर्माता ब्राण्ड (द) आयातित ब्राण्ड

Private Label brands are also known as.:

(a) Third Party Brands (b) Store's Own Brands

(c) Manufacturer's Brands (d) Imported Brands

6. थोक विक्रेता एक कड़ी है :

(अ) फुटकर विक्रेता और अन्तिम उपभोक्ता के बीच

(ब) निर्माता और फुटकर विक्रेता के बीच

(स) निर्माता और जनता के बीच

(द) निर्माता और पूर्तिकर्ता के बीच

Wholesalers is a link between :

(a) Retailer and final cusomer

(b) Manufacturer and retailers

(c) Manufacturer and public

(d) Manufacturer and suppliers

खण्ड 'ब' (लघु उत्तरीय प्रश्न)

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

नोट : सभी प्रश्न अनिवार्य हैं ।

All questions are compulsory.

1. संगठित एवं असंगठित खुदरा व्यापार में अंतर बताइए ।

Differentiate between organized and unorganized retailing.

अथवा (*Or*)

भारत के संगठित खुदरा बाजार की व्याख्या कीजिए ।

Explain the Indian organized retail market.

2. प्रत्यक्ष विक्रय प्रारूप की विशेषताएँ बताइए । भारत में प्रत्यक्ष विक्रय लोकप्रिय होने के कारण लिखिए ।

Explain the characteristics of direct selling format. Why is direct selling retailing becoming popular in India ?

अथवा (*Or*)

खुदरा व्यापारी किस प्रकार उत्पाद विविधता, उत्पाद विन्यास एवं उत्पाद उपलब्धता के मध्य सामंजस्य स्थापित करता है ?

How a retailer can do trade-offs between product variety, product assortment and product availability ?

3. खुदरा व्यापारी किस प्रकार रहतिया टर्नओवर अनुपात को उन्नत कर सकता है ?

How can a retailer improve his inventory turnover ratio ?

अथवा (*Or*)

खुदरा व्यापार में तकनीक के उपयोग के क्या लाभ हैं ?

What are the advantages of using technology in retailer ?

4. पारंपरिक खुदरा व्यापार से इंटरनेट रिटेलिंग किस प्रकार भिन्न है ?

How is internet retailing different from traditional retailing ?

अथवा (*Or*)

वेबसाइट संवर्धन की प्रक्रिया के चरणों की व्याख्या कीजिए ।

Expalin the process of website development.

5. खुदरा बाजार के प्रति भारत सरकार की नीतियाँ क्या हैं ?

What is Indian Government Policy towards retailing in India ?

अथवा (*Or*)

किसी स्थानीय 'किराना' दुकान के लिए ग्राहक वफादारी कार्यक्रम समझाइए ।

Device a consumer loyalty program for a local 'Kirana' store.

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. उपभोक्ता जरूरत को किस विधि द्वारा पहचाना जा सकता है ?

   How can you describe a procedure under which consumer needs are recognized effectively ?

2. कोई खुदरा व्यापारी अपने नए व्यवसाय के लिए श्रेणी प्रबंधन कैसे कर सकता है ?

   How can a retailer adapt the category management process for his new business ?

3. स्टोर लोकेशन से क्या तात्पर्य है ? स्टोर लोकेशन में आने वाली बाधाओं को कैसे दूर किया जा सकता है ? उदाहरण से समझाइए ।

   What do you mean by store location ? How can store location problems be solved in an effective way ? Explain with examples.

4. पहचानसूचक की व्याख्या कीजिए । स्टोर के लिए पहचानसूचक क्यों महत्त्वपूर्ण है एवं इसे प्रभावी बनाने की दिशा में क्या किया जा सकता है ?

   Explain the term Signage. Discuss its importance in a store and what should be done to create an effective signage ?

5. यांत्रिक भुगतान व्यवस्था से आप क्या समझते हैं ? यांत्रिक भुगतान के प्रकार क्या हैं एवं इसमें क्या खतरे शामिल हैं ?

   What do you mean by Electronic Payment System ? Explain their types and threat in electronic payment system.

❖❖❖❖❖❖❖