

Roll No. ....

**E-118**

**M. Com. (Fourth Semester) (Main/ATKT)**

**EXAMINATION, May-June, 2021**

**[(Specialization) Optional]**

**(Group—A : Marketing)**

**Paper Third**

**MARKETING RESEARCH—A**

*Time : Three Hours ]*

*[ Maximum Marks : 80*

नोट : निर्देशानुसार सभी खण्डों के उत्तर दीजिए।

Attempt all Sections as directed.

खण्ड—अ

प्रत्येक 1

**(Section—A)**

वस्तुनिष्ठ / बहुविकल्पीय प्रश्न

**(Objective/Multiple Choice Questions)**

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

Attempt all questions.

सही उत्तर का चयन कीजिए :

Choose the correct answer :

1. विपणन अनुसंधान में सम्मिलित है :

(अ) संख्यात्मक सूचनाएँ

**P. T. O.**

- (ब) गुणात्मक सूचनाएँ
- (स) संख्यात्मक एवं गुणात्मक सूचनाएँ
- (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Marketing research includes :

- (a) Quantitative Informations
- (b) Qualitative Informations
- (c) Quantitative and Qualitative Informations
- (d) None of the above

2. विपणन अनुसंधान की सीमा क्या है ?

- (अ) धन की सीमा
- (ब) समय की सीमा
- (स) पक्षपात की सीमा
- (द) समय, धन व पक्षपात की सीमा

Limitation of marketing research is :

- (a) Limitation of money
- (b) Limitation of time
- (c) Limitation of bias
- (d) Limitation of money, time and bias

3. एक छोटे संगठन के लिए उपयोगी है :

- (अ) कार्य-अभिमुखी विपणन संगठन
- (ब) उत्पाद-अभिमुखी विपणन संगठन
- (स) बाजार-अभिमुखी विपणन संगठन
- (द) ग्राहक-अभिमुखी विपणन संगठन

Which is suitable for a small organisation ?

- (a) Function-oriented marketing organisation
- (b) Product-oriented marketing organisation
- (c) Market-oriented marketing organisation
- (d) Customer-oriented marketing organisation

4. प्रतिस्पर्द्धा का समाना करने के लिए अधिक उपयुक्त है :

- (अ) केन्द्रीकरण
- (ब) विकेन्द्रीकरण
- (स) केन्द्रीकरण एवं विकेन्द्रीकरण
- (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Which is more suitable to meet the competition ?

- (a) Centralisation
- (b) Decentralisation
- (c) Centralisation and Decentralisation
- (d) None of the above

5. एक छोटे उपक्रम के विक्रय संगठन के विभागीयकरण हेतु किस आधार का आप उपयोग करेंगे ?

- (अ) कार्यो के आधार पर
- (ब) उत्पाद के आधार पर
- (स) भौगोलिक आधार पर
- (द) ग्राहकों के आधार पर

Which basis would you use for the departmentalisation of a small enterprise ?

- (a) On the basis of functions
- (b) On the basis of product
- (c) On the geographical basis
- (d) On the basis of customers

6. विक्रय संगठन का मुख्य उद्देश्य है :

- (अ) विपणन अनुसंधान करना
- (ब) विज्ञापन करना
- (स) विक्रय संवर्द्धन करना
- (द) विक्रय कार्य में संलग्न व्यक्तियों की क्रियाओं पर नियंत्रण स्थापित करना

Main object of sales organisation is :

- (a) Marketing research
- (b) Advertising
- (c) Sales promotion
- (d) Establishing control over the persons engaged in sales activities

7. विपणन सूचना प्रणाली में सम्मिलित नहीं है :

- (अ) विपणन बौद्धिक प्रणाली
- (ब) विपणन अनुसंधान प्रणाली
- (स) प्रबन्ध विज्ञान प्रणाली
- (द) विपणन नियोजन प्रणाली

Marketing information system does not include :

- (a) Marketing Intelligence System
- (b) Marketing Research System
- (c) Management Science System
- (d) Marketing Planning System

8. कौन-सा कथन अधिक सही है ?

- (अ) विपणन सूचना प्रणाली विपणन अनुसंधान का अंग है।
- (ब) विपणन अनुसंधान विपणन सूचना प्रणाली का अंग है।
- (स) विपणन सूचना प्रणाली एवं विपणन अनुसंधान एक ही है।
- (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Which statement is more correct ?

- (a) Marketing information system is a part of marketing research.
- (b) Market research is a part of marketing information system.
- (c) Marketing information system and marketing research is same.
- (d) None of the above

9. निम्नलिखित में से कौन-सा शोध डिजाइन की श्रेणियों में से एक नहीं है ?

- (अ) अन्वेषणात्मक शोध डिजाइन

- (ब) वर्णनात्मक शोध डिजाइन
- (स) प्रयोगात्मक शोध डिजाइन
- (द) यादृच्छिकीकृत डिजाइन

Which of the following is not one of the categories of research design ?

- (a) Exploratory research design
  - (b) Descriptive research design
  - (c) Experimental research design
  - (d) Randomized research design
10. निम्नलिखित में से कौन-सा विकल्प विज्ञापन शोध में उपयोग नहीं किया जाता है ?
- (अ) प्रतिलिपि परीक्षण
  - (ब) पूर्व-परीक्षण
  - (स) पश्चात् परीक्षण
  - (द) मतदान इरादा

Which one of the following options is not used in advertising research ?

- (a) Copy testing
- (b) Pre-testing
- (c) Post-testing
- (d) Voting intention

11. विपणन अनुसंधान निष्कर्षों के दस्तावेज को कहा जाता है :

- (अ) दस्तावेज लेखन
- (ब) प्रतिवेदन लेखन
- (स) (अ) और (ब) दोनों
- (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Documenting of marketing research finding is called :

- (a) Document writing
- (b) Report writing
- (c) Both (a) and (b)
- (d) None of the above

12. अभिप्रेरणा शोध का पिता कहा जाता है :

- (अ) पीटर एम. चिसनल
- (ब) लॉरेन्स सी. लॉकले
- (स) अर्नेस्ट डिचर
- (द) आर. एस. डेवर

Father of Motivation Research is :

- (a) Peter M. Chisnall
- (b) Lawrence C. Lockley
- (c) Ernest Dichter
- (d) R. S. Daver

13. निम्नलिखित में से शोध समकों के प्रकार हैं :

- (अ) प्राथमिक व द्वितीयक
- (ब) अनुमानित एवं परिमाणात्मक
- (स) गुणात्मक व अनुमानित
- (द) गुणात्मक व परिमाणात्मक

What are the two types of research data ?

- (a) Primary and secondary
- (b) Predictive and quantitative
- (c) Qualitative and predictive
- (d) Qualitative and quantitative

14. प्रश्नावली है ..... ।

- (अ) अनुसंधान विधि
- (ब) मापन तकनीक
- (स) समंक संग्रहण के लिए उपकरण
- (द) समंक विश्लेषण तकनीक

Questionnaire is ..... .

- (a) Research method
- (b) Measurement technique
- (c) Tool for a data collection
- (d) Data analysis technique



15. नये उत्पादन विचारों के लिए व्यवस्थित खोज, नए उत्पाद विकास प्रक्रिया में किस चरण की विशेषता है ?

- (अ) व्यापार विश्लेषण
- (ब) अवधारणा विकास और परीक्षण
- (स) विचार सृजन
- (द) विचार अनुवीक्षण

The systematic search for new product ideas is characteristic of which stage in the new product development process ?

- (a) Business Analysis
- (b) Concept development and testing
- (c) Idea generation
- (d) Idea screening

16. निम्नलिखित में से कौन-से लोग (उपभोक्ता) बाजार में उत्पादों के पहुँचते ही नए उत्पाद खरीदते हैं ?

- (अ) व्यवसायी
- (ब) दलाल एवं अन्य उपभोक्ता
- (स) कारखाना उपभोक्ता
- (द) अन्वेषक

Which of the following are the people who purchase new products almost as soon as the products reach the market ?

- (a) Businessman
- (b) Agent and other customer
- (c) Factory customer
- (d) Innovator

17. शोध प्रचरना (रूपरेखा) में निम्नलिखित समाविष्ट नहीं है :

- (अ) शोध समस्या
- (ब) व्यय की लागत
- (स) अवलोकन सर्वे
- (द) परिकल्पना

Research design consists of the following things expect :

- (a) Research problem
- (b) Cost of expenditure
- (c) Observational survey
- (d) Hypothesis

18. सर्वेक्षण अनुसंधान का मुख्य लाभ है :

- (अ) लचीलापन
- (ब) संगठन
- (स) संरचना
- (द) सादगी

The major advantage of survey research is :

- (a) Flexibility
- (b) Organisation
- (c) Structure
- (d) Simplicity

19. सर्वे अनुसंधान की न्यूनतम संभावना है :

- (अ) वैयक्तिक में
- (ब) दूरभाष में
- (स) अवलोकन में
- (द) ई-मेल में

Survey research is least likely to be conducted through which of the following ?

- (a) Person-to-person interactions
- (b) The telephone
- (c) Observations
- (d) The e-mail

20. ऑनलाइन द्वारा सूचना संग्रहण करना एक उदाहरण है :

- (अ) प्राथमिक समंक का
- (ब) अवलोकन समंक का
- (स) द्वितीयक समंक का
- (द) प्रयोगात्मक समंक का

Information collection from online database is an example of :

- (a) Primary data
- (b) Observational data
- (c) Secondary data
- (d) Experimental data

खण्ड—ब

प्रत्येक 2

**(Section—B)**

अति लघु उत्तरीय प्रश्न

**(Very Short Answer Type Questions)**

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर 2 या 3 वाक्यों में दीजिए।

Attempt all question in 2 or 3 sentences.

1. विपणन सूचना प्रणाली से आप क्या समझते हैं ?

What do you understand by marketing information system ?

2. विपणन अनुसंधान का एक उद्देश्य बताइए।

Write *one* objective of marketing research.

3. कार्यों के आधार पर विक्रय संगठन के विभागीयकरण से आप क्या समझते हैं ?

What do you understand by departmentalisation of sales organisation on the basis of functions ?

4. उत्पाद शोध से आप क्या समझते हैं ?

What do you mean by Product Research ?

5. कोटलर के अनुसार अच्छे विपणन शोध की विशेषताएँ बताइए।

What are the characteristics of a good marketing research according to Kotler ?

6. 'अभिप्रेरणा शोध' से क्या आशय है ?

What is meant by Motivation Research ?

7. 'विपणन निर्णयन' से आप क्या समझते हैं ?

What do you understand by 'Marketing Decision' ?

8. 'बाजार अनुसंधान' के महत्व को समझाइए।

Explain the importance of 'Marketing Research'.

खण्ड—स

प्रत्येक 3

(Section—C)

लघु उत्तरीय प्रश्न

(Short Answer Type Questions)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। शब्द-सीमा 75 शब्द।

Attempt all questions. Word limit 75 words.

1. विपणन अनुसंधान के विकास की व्याख्या कीजिए।

Explain the evolution of marketing research.

2. उत्पाद शोध प्रक्रिया में सम्मिलित सभी चरणों को समझाइए।

Write down all the steps taken in product research.

3. परीक्षात्मक अनुसंधान के प्रकारों को समझाइए।

Explain the types of experimental research.

4. ब्राण्ड बैरोमीटर पर एक टिप्पणी लिखिए।

Write a note on Brand Barometer.

5. प्रश्नावली तथा अनुसूची में भेद लिखिए।

Write down the difference between questionnaire and schedule.

6. एक प्रभावी विपणन सूचना प्रणाली की क्या विशेषताएँ हैं ?

What are the characteristics of an effective marketing information system ?

7. विपणन निर्णयन प्रक्रिया को समझाइए।

Explain the marketing decision process.

8. शोध प्ररचना के प्रकार को लिखिए (केवल नाम)—डेल लिटलर।

Write the types of research design (only name)—Dale Litler.

खण्ड—द

प्रत्येक 5

### (Section—D)

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

### (Long Answer Type Questions)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर (लगभग 150 शब्द प्रत्येक) में दीजिए।

Attempt all questions (each answer about 150 words).

1. विपणन अनुसंधान का अर्थ एवं क्षेत्र क्या है ? भारत में विपणन अनुसंधान के स्वीकृत किये जाने में क्या कठिनाइयाँ हैं ?

What is the meaning and scope of Marketing Research ?  
What are the factors which have stood in the way of acceptance of marketing research in India ?

अथवा

(Or)

‘विपणन सूचना पद्धति’ से क्या आशय है ? इसके तत्व एवं विशेषताएँ बताइए।

What is meant by ‘Marketing Information System’ ? Discuss its components and characteristics.

2. शोध की विभिन्न विधियों को समझाइए।

Explain the different methods of research.

अथवा

(Or)

प्राथमिक एवं द्वितीयक समकों में अन्तर कीजिए। प्राथमिक समक संकलन की विभिन्न रीतियों को संक्षेप में समझाइए।

Distinguish clearly between primary and secondary data.  
Explain in brief the various methods of collecting primary data.

3. विपणन शोध के संगठन की प्रक्रिया को विस्तार से समझाइए।

Explain in detail the procedure of marketing research organisation.

अथवा

(Or)

विपणन अनुसंधान में सर्वेक्षणात्मक तकनीक को स्पष्ट रूप से समझाइए।

Clearly explain the survey techniques of marketing research.

4. विज्ञापन शोध से क्या आशय है ? विज्ञापन शोध के लिए किस प्रकार की जानकारीयाँ आवश्यक हैं ?

What is meant by Advertising Research ? What types of information are needed for advertising research ?

अथवा

(Or)

विपणन निर्णयन से आप क्या समझते हैं ? उन घटकों को समझाइए जो विपणन निर्णय को प्रभावित करते हैं।

What do you understand by Marketing Decision ? State the factors which affect marketing decision.