

F - 118

M.Com. (Fourth Semester)
EXAMINATION, MAY-JUNE, 2022
[(Specialization) Optional]
(Group-A : Marketing)
Paper Third
MARKETING RESEARCH-A - III

*Time : Three Hours]**[Maximum Marks : 80***नोट :** निर्देशानुसार सभी खण्डों के उत्तर दीजिए।**Note :** Attempt all sections as a directed.**खण्ड - अ****(Section-A)****वस्तुनिष्ठ/बहुविकल्पीय प्रश्न****(Objective/Multiple Choice Questions)****(1 mark each)****नोट-** सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए**Note-** Attempt all questions.**P.T.O.****[2]****सही उत्तर का चयन कीजिए।****Choose the correct answer.**

1. निम्नलिखित में से कौन-सा अनुसंधान प्रक्रिया शुरू करने से पहला कदम है?

- (A) समस्या का पता लगाने के लिए सूचना के स्रोतों की खोज करना
- (B) संबंधित साहित्य का सर्वेक्षण
- (C) समस्या के समाधान की खोज करना
- (D) समस्या की पहचान

Which of the following is the first step in starting the re-search process?

- (A) Searching Sources of Information to Locate Problem
- (B) Survey of Related Literature
- (C) Searching of Solution to be Problem
- (D) Identification of Problem

2. इनमें से कौन-सा ऐसा समंक है जो पहले से प्रकाशित नहीं होता है?

- (A) प्राथमिक समंक
- (B) द्वितीयक समंक
- (C) (A) और (B) दोनों
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

F - 118

[3]

Which data is not published in advance?

- (A) Primary data
- (B) Secondary data
- (C) Both (A) and (B)
- (D) None of the above

3. द्वितीयक समंक संकलन हेतु कौन-सी पद्धति अपनाई जाती है?

- (A) साक्षात्कार
- (B) प्रश्नावली
- (C) अनुसूची
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Which method is used in collection of secondary data?

- (A) Interview
- (B) Questionnaire
- (C) Schedule
- (D) None of the above

4. परिकल्पना के प्रकार हैं

- (A) शून्य परिकल्पना
- (B) वैकल्पिक परिकल्पना
- (C) (A) और (B) दोनों
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

[4]

Types of hypothesis are

- (A) Null Hypothesis
- (B) Alternative Hypothesis
- (C) Both (A) and (B)
- (D) None of the above

5. कौन-से आँकड़ों को संकलित करने में समय, श्रम और धन अधिक लगता है?

- (A) प्राथमिक आँकड़े
- (B) द्वितीयक आँकड़े
- (C) (A) और (B) दोनों
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Which types of data is more time, labour and money consuming than compiling?

- (A) Primary Data
- (B) Secondary Data
- (C) Both (A) and (B)
- (D) None of the above

[5]

6. RMS का फुलफार्म है

- (A) रिसर्च एण्ड मार्केटिंग स्ट्रेटजीज
- (B) रिक्वायर्ड मार्केटिंग स्ट्रेटजीज
- (C) रीज़नल मार्केटिंग सर्विस
- (D) रिसर्च मैनेजमेंट साइंस

Full form of RMS is

- (A) Research & Marketing Strategies
- (B) Required Marketing Strategies
- (C) Regional Marketing Service
- (D) Research Management Science

7. पक्षपात रहित समंकों को प्राप्त करने हेतु निर्देशन में कौन-सी पद्धति का उपयोग किया जाता है?

- (A) निदर्शन
- (B) दैव निदर्शन
- (C) विस्तृत विदर्शन
- (D) कोटा निदर्शन

[6]

Which method is used in the direction of obtaining data without partiality?

- (A) Sampling
- (B) Random Sampling
- (C) Detailed Sampling
- (D) Quota Sampling

8. काई-वर्ग परीक्षण एक

- (A) माध्य है
- (B) सांख्यिकी महत्व परीक्षण है
- (C) सांख्यिकीय गलती है
- (D) बहुप्रश्न परीक्षण है

The Chi-Square test is

- (A) A mean
- (B) Statistical significance test
- (C) A statistical mistake
- (D) A multi questions test

[7]

9. विशेष रूप से विपणन अनुसंधान अध्ययन के लिए पहली बार एकत्र की गई सूचना को कहते हैं-

- (A) माध्यमिक शोध
- (B) प्राथमिक शोध
- (C) मुलायम शोध
- (D) प्रयोगात्मक शोध

Information collected for the first time specifically for a marketing research study is called

- (A) Secondary Research
- (B) Primary Research
- (C) Soft Research
- (D) Experimental Research

10. सर्वेक्षण अनुसंधान का मुख्य लाभ है

- (A) लचीलापन
- (B) संगठन
- (C) संरचना
- (D) सादगी

F - 118

P.T.O.

[8]

The major advantage of survey research is

- (A) Flexibility
- (B) Organisation
- (C) Structure
- (D) Simplicity

11. अभिप्रेरणा शोध है

- (A) मात्रात्मक शोध
- (B) वैज्ञानिक शोध
- (C) गुणात्मक शोध
- (D) उपर्युक्त कोई नहीं

Motivation research is?

- (A) Quantitative Research
- (B) Scientific Research
- (C) Qualitative Research
- (D) None of the above

12. अनुसंधान की अग्रिम योजना को कहा जाता है

- (A) अनुसंधान प्रक्रिया
- (B) अनुसंधान पद्धति
- (C) अनुसंधान प्रस्तावना
- (D) अनुसंधान प्ररचना (रूपरेखा)

F - 118

[9]

Advance plan of research is called as

- (A) Research Process
- (B) Research System
- (C) Research proposal
- (D) Research Design

13. उत्पाद शोध प्रक्रिया में सम्मिलित चरण हैं

- (A) सात चरण
- (B) पाँच चरण
- (C) तीन चरण
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

What are the steps to be taken in project research?

- (A) Seven Steps
- (B) Five Steps
- (C) Three Steps
- (D) None of the above

14. इनमें से कोई एक विपणन सूचना प्रणाली का तत्व नहीं है

- (A) आंतरिक अभिलेख
- (B) विपणन अंतर्दृष्टि प्रणाली
- (C) विपणन अनुसंधान प्रणाली
- (D) विश्लेषण प्रणाली

[10]

Which one of the these is not an element of the marketing information system?

- (A) Internal Records
- (B) Marketing Insight System
- (C) Marketing Research System
- (D) Analysis System

15. विज्ञापन अनुसंधान आमतौर पर किया जाता है

- (A) उत्पाद के खरीददारों द्वारा
- (B) उत्पाद के उपयोगकर्ता द्वारा
- (C) उत्पाद के विक्रेता द्वारा
- (D) लक्षित दर्शकों द्वारा

Advertising research is usually carried out with

- (A) Buyers of the Product
- (B) Users of the Product
- (C) Sellers of the Product
- (D) The Target Audience

[11]

16. विपणन अनुसंधान के लिए सूचना एकत्र कर किसके द्वारा संग्रहित की जाती है?

- (A) बाजार अनुसंधान सूचना तंत्र द्वारा
- (B) डाटाबेस द्वारा
- (C) पुस्तकालय द्वारा
- (D) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Information gathered for marketing research is stored by

- (A) Marketing research information system
- (B) Database
- (C) Library
- (D) None of the above

17. विपणन अनुसंधान प्रबंधन एक संगठन में सहायता करता है

- (A) उत्पादन लागत कम करने में
- (B) उत्पादन कम करने में
- (C) एक नया उत्पाद बनाने में लगने वाले समय को कम करने में
- (D) उपर्युक्त सभी

[12]

Marketing research management helps an organization in

- (A) Reduce production cost
- (B) Decreasing production
- (C) Reduce the time it takes to make a new product
- (D) All of the above

18. विपणन निर्णयों को प्रभावित करने वाले नियंत्रणीय घटक में शामिल नहीं है

- (A) लक्षित बाजार का चयन
- (B) वितरण वाहिका
- (C) प्रतिस्पर्धी क्रियाएँ
- (D) कीमत निर्धारण

Which is not included in controllable factor affecting marketing decision?

- (A) Secelection of target market
- (B) Distribution channel
- (C) Competitive activities
- (D) Price determination

[13]

19. उत्पाद जीवन चक्र के चरणों में शामिल नहीं है

- (A) पहचान
- (B) परिपक्वता
- (C) परिपूर्णता
- (D) परित्याग

Stages of product life cycle do not include

- (A) Identification
- (B) Maturity
- (C) Saturation
- (D) Abandonment

20. बाजार चैलेंजर व्यूहरचना में शामिल है

- (A) सुरक्षात्मक कार्यवाही
- (B) गुरिल्ला आक्रमण
- (C) सामना
- (D) बेहतर आक्रामक

Market Challenger's strategies includes

- (A) Defensive actions
- (B) Gurilla attack
- (C) Counterfietes
- (D) Good offensive

[14]

खण्ड - ब

(Section- B)

अति लघु उत्तरीय प्रश्न

(Very Short Answer Type Questions)

(2 marks each)

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

Note : Attempt all questions in 2-3 sentences.

1. विपणन शोध और बाजार शोध में अन्तर कीजिए।

Difference between Marketing Research and Market Research.

2. शोध प्ररचना क्या है?

What is research design?

3. विपणन निर्णय कितने प्रकार के होते हैं?

What are the type of marketing decisions?

4. विपणन सूचना पद्धति से क्या आशय है?

[15]

What is meant by Marketing Information System?

5. किन-किन विशिष्ट क्षेत्रों में विपणन शोध का उपयोग सम्भव है?

What are the specialised areas of application of Marketing Research?

6. परीक्षण विपणन क्या है?

What is Test Marketing?

7. उत्पाद जीवन चक्र क्या है?

What is product life cycle?

8. विज्ञापन शोध के उद्देश्य लिखिए।

Write objectives of Advertising Research.

[16]

खण्ड - स

(Section - C)

लघु उत्तरीय प्रश्न

(Short Answer Type Questions)

(3 marks each)

नोट : सभी प्रश्नों को हल कीजिए, 75 शब्दों में उत्तर दीजिए।

Note : Attempt all questions. Write answer in 75 words.

1. प्राथमिक तथा द्वितीयक समंकों में अंतर कीजिए।

Distinguish between primary and secondary data.

2. विपणन शोध के महत्व समझाइए।

Explain the importance of Marketing research.

3. एक श्रेष्ठ प्रश्नावली के आवश्यक गुण क्या हैं?

What are the essentials of good questionnaire?

4. प्रभावशाली विपणन में विज्ञापन का क्या प्रयोजन है?

In what ways does advertising contribute to effective marketing?

5. विपणन व्यूह रचना में S.T.P. क्या है?

What is S.T.P. in marketing strategy?

[17]

6. नये उत्पादों को आरम्भ करने से सम्बन्धित समस्याओं का विश्लेषण कीजिए।

Analyze the problems of introducing new products.

7. परीक्षात्मक अनुसंधान के प्रकार को समझाइए।

Explain the types of Experimental Research.

8. उपभोक्ता पैनल क्या है?

What is consumer panel?

खण्ड - द

Section D

(दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

(Long Answer Type Questions)

(5 marks each)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। 150 शब्दों में उत्तर दीजिए।

Note:- Attempt all questions. Write answer in 150 words.

1. विपणन निर्णयन से आप क्या समझते हैं? विपणन निर्णयन को प्रभावित करने वाले घटकों की विवेचना कीजिए।

What do you understand by Marketing Decision? Discuss the elements Influencing Marketing Decision.

F - 118

P.T.O.

[18]

अथवा/OR

‘विपणन सूचना प्रणाली में इण्टरनेट का प्रवेश’ पर एक संक्षिप्त लेख लिखिए।

Write a short note on 'Entry of Internet in marketing information system'.

2. प्राथमिक स्रोतों से समंक संकलन की प्रमुख प्रविधियों का विवरण दीजिए।

Give an account of the technique of data collection from primary sources.

अथवा/OR

अनुसंधान अभिकल्प से क्या अभिप्राय है? अनुसंधान अभिकल्प के प्रमुख प्रकारों की विवेचना कीजिए।

What is understood by research design? Discuss the chief forms of research design.

3. विपणन शोध संगठन संरचना पर एक संक्षिप्त लेख लिखिए।

Write a short note on Organisational structure of Marketing research.

अथवा/OR

परीक्षात्मक विपणन किसे कहते हैं? यह क्यों किया जाता है? इसकी कठिनाइयों व सीमाओं को बताइए।

F - 118

[19]

What do you mean by Test Marketing? Why Test Marketing done? Explain the difficulties and limitations of Test Marketing.

4. एक नवीन उत्पाद के विकास की प्रक्रिया को समझाइए। वे क्या कारण हैं जो नवीन उत्पादन को विफल बनाने में योगदान देते हैं?

Explain the process of developing a new product. What are those reasons that contribute the failure of a new product?

अथवा/OR

विज्ञापन शोध अथवा अनुसंधान से क्या आशय है? विज्ञापन अनुसंधान के विभिन्न चरणों की विवेचना कीजिए।

What is meant by Advertising Research? Discuss the various steps of Advertising Research.