

(REVISED COURSE-NEW PATTERN)

Q.P. Code : 10179

(2½ / 3 Hours)

[Total Marks : 80 / 100

- N.B. :** (1) All questions are **compulsory**.
(2) **Regular** students prior to academic year 2011-12 should answer only section I of **80** marks in **2½** hours.
(3) **IDOL** and other students should answer both the sections within **3** hours for **100 marks**.

1. Explain briefly the following terms (any **eight**) 16
- | | |
|----------------------|-------------------------|
| (a) Classification | (f) Product development |
| (b) Trade Mark | (g) Tabulation |
| (c) Oral report | (h) Bibliography |
| (d) Group interview | (i) Observation method |
| (e) Telephone survey | (j) Sales forecasting |
| | (k) Branding Research |
2. Answer any **two** of the following : 16
- (a) Define Marketing Research . Explain its Advantages
(b) Explain the importance of marketing information system.
(c) Explain the scope of Marketing Research.
3. Answer any **two** of the following : 16
- (a) Write a note on "Marketing Audit."
(b) Explain the merits and demerits of mail survey method.
(c) Distinguish between Pretesting and Post testing methods evaluating advertising effectiveness.
4. Answer any **two** of the following : 16
- (a) What are the steps in designing a Questionnaire?
(b) What are the contents in a research report?
(c) Explain briefly the merits and demerits of sampling.
5. Answer any **two** of the following : 16
- (a) Explain the methods of tabulation of data and its merits.
(b) What are the merits of professional marketing research agencies?
(c) Explain the problems of rural market in India.

Section - II

(For IDOL student only)

6. Write notes on any **four** of the following : 20
- | | |
|-------------------------|--------------------|
| (a) Professional ethics | (d) Sales analysis |
| (b) Consumer research | (e) ORG |
| (c) Test marketing | (f) Secondary data |

TURN OVER

सूचना : सर्व प्रश्न सोडवणे अनिवार्य.

- (२) शैक्ष.वर्ष. २०११-१२ पुर्वी प्रवेश घेवलेल्या नियमित विद्यार्थ्यांनी विभाग ८० गुणांकरीता २½ तासात सोडवावा.
- (३) दुरस्थ: व इतर विद्यार्थ्यांनी दोन्हीही विभाग १०० गुणांकरीता तीन तासात सोडवावेत.

१. खालील पैकी कोणत्याही आठ संज्ञा थोडक्यात स्पष्ट करा :

१६

- | | |
|------------------------------|----------------------|
| (अ) वर्गीकरण | (ग) सारणीकरण |
| (ब) व्यापार चिन्ह | (ह) संदर्भसुची |
| (क) तोंडी अहवाल | (य) निरीक्षण पध्दत. |
| (ड) सामुहिक मुलाखत | (ज) विक्रय अंदाज/वेध |
| (इ) दुरध्वनीव्दारे सर्वेक्षण | (झ) मुद्रा संशोधन |
| (फ) वस्तुविकास/निर्माण | |

२. खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा :

१६

- (अ) विपणन संशोधनाचे व्याख्या सांगून फायदे विशद करा.
- (ब) विपणन माहिती पध्दती/प्रणाली चे महत्व विशद करा.
- (क) विपणन संशोधनाची व्याप्ती स्पष्ट करा.

३. खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा :

१६

- (अ) विपणन तपासणी/ऑडीट यावर टिपणी लिहा.
- (ब) टपाल सर्वेक्षणाचे फायदे-तोटे विशद करा.
- (क) जाहिरातीची परीणामकता अभ्यासण्याकरीता उपयोगात आणल्या जाणाऱ्या पुर्व चाचणी व उत्तम चाचणी तंत्रातील फरक स्पष्ट करा.

४. खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा :

१६

- (अ) प्रश्नावली निर्मिती प्रक्रियेच्या पायऱ्या विशद करा.
- (ब) संशोधन अहवालात कोणते मुद्दे असावेत ? स्पष्ट करा.
- (क) नमुनानिवडीचे फायदे-तोटे विशद करा.

५. खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा :

१६

- (अ) माहिती सारणीकरणाच्या पध्दती त्यांच्या फायद्यांसह स्पष्ट करा.
- (ब) व्यवसायीक विपणन संशोधन संस्थांचे फायदे विशद करा.
- (क) भारतीय ग्रामीण बाजारपेठांच्या समस्या विशद करा.

विभाग - II (for IDOL Students only)

१६

६. खालील पैकी कोणत्याही चारांवर टिपा लिहा.

- (अ) व्यावसायीक नितीमुल्ये
- (ब) ग्राहक संशोधन
- (क) चाचणी विपणन
- (ड) विक्री पृथ्थःकरण
- (इ) ओ.आर.जी.
- (फ) दुय्यम माहिती.

.....