

T.Y.B.Com
Marketing Research
OCT: - 2016

QP Code : 73357

(2½ / 3 Hours)

[Total Marks :80/100

- N.B. :** (1) All questions are **compulsory**
(2) Regular students enrolled during and prior to **2010-11** only are required to attempt section **1** for **80** marks in **2½** hours.
(3) I.D.O.L students and other students should answer both the sections within **3** hours for **100** marks.

Section I

1. Explain briefly the following terms (any **eight**) 16
(a) Modern concept of Marketing
(b) Consumer Panel
(c) Motivation Research
(d) Oral Report
(e) Editing
(f) Dealer Survey
(g) Desk Research
(h) Test Marketing
(i) Branding
(j) Analyses of Data
2. Answer **any two** of the following. 16
(a) What is Marketing Research? Explain its importance.
(b) What is Marketing Information System? Explain its components.
(c) Discuss the limitations of Marketing Research.
3. Answer **any two** of the following:- 16
(a) Explain briefly various methods of collecting primary data.
(b) What are the areas covered by Consumer Research?
(c) Explain the essentials of good questionnaire.
4. Answer **any two** of the following:- 16
(a) What is Marketing Research Report? Explain its contents.
(b) Distinguish between Coding and Classifications of data.
(c) What is sampling? Explain the essentials of good sampling.

[TURN OVER

QP Code : 73357

2

5. Answer any two of the following:- 16
- (a) Explain the factors contributing to the growth of Rural Marketing.
 - (b) Explain the professional ethics to be adopted in Marketing Research.
 - (c) Explain the importance of separate marketing research department in brief.

Section II

(For I.D.O.L Students only)

6. Write notes on any four of the following:- 20
- (a) Sales Research.
 - (b) Qualities of a field investigator.
 - (c) Marketing audit.
 - (d) Methods of data tabulation.
 - (e) Interpretation of data.
 - (f) Functions professional Marketing Research Agencies.

[TURN OVER

QP Code : 73357

3

(मराठी रूपांतर)

(२½ / 3 तास)

(एकुण गुण : ८०/१००)

- सूचना :
- (१) सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहेत.
 - (२) शैक्षणिक वर्ष २०१०-११ मधील व पूर्वी प्रवेश घेतलेल्या नियमित विद्यार्थ्यांनी ८० गुणांचा विभाग १ फक्त २½ तासांमध्ये फक्त सोडवावा.
 - (३) आय.डी.ओ.एल. च्या विद्यार्थ्यांनी व इतर विद्यार्थ्यांनी दोन्ही विभाग १०० गुणांकरीता तीन तासांमध्ये सोडवावेत.
 - (४) मूळ इंग्रजी प्रश्न प्रमाण मानावेत.

विभाग १

१. खालीलपैकी कोणत्याही आठ संज्ञा थोडक्यात स्पष्ट करा. १६
 - (अ) आधुनिक विपणन संकल्पना
 - (ब) ग्राहक सूची
 - (क) अभिप्रेरण संशोधन
 - (ड) तोंडी अहवाल
 - (ई) संस्करण
 - (फ) विक्रेता सर्वेक्षण
 - (ग) टेबल संशोधन
 - (ह) विपणन चाचणी
 - (च) बोधचिन्ह
 - (छ) माहिती चे विश्लेषण
२. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १६
 - (अ) विपणन संशोधन म्हणजे काय? त्याचे महत्व लिहा.
 - (ब) विपणन माहिती पध्दती म्हणजे काय? त्याचे घटक स्पष्ट करा.
 - (क) विपणन संशोधनाच्या मर्यादा यावर चर्चा करा.
३. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १६
 - (अ) प्राथमिक माहिती गोळा करण्याच्या विविध पद्धती लिहा.
 - (ब) ग्राहक संशोधना अंतर्गत येणाऱ्या बाबी स्पष्ट करा.
 - (क) आदर्श प्रश्नावलीच्या आवश्यक बाबी स्पष्ट करा.

[TURN OVER

४. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १६
- (अ) विपणन संशोधन अहवाल म्हणजे काय? त्याचे घटक स्पष्ट करा.
- (ब) माहितीचे सांकेतिकरण आणि माहितीचे वर्गीकरण यामधील फरक स्पष्ट करा.
- (क) नमूना निवड म्हणजे काय ते सांगून योग्य नमूना निवडीच्या आवश्यक बाबी थोडक्यात लिहा.
५. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. १६
- (अ) ग्रामिण बाजारपेठांच्या विकासास कारणीभूत असलेले घटक स्पष्ट करा.
- (ब) विपणन संशोधनात कोणकोणती व्यावसायिक नितिमूल्ये स्विकारली जातात ते स्पष्ट करा.
- (क) स्वतंत्र विपणन संशोधन विभागाचे महत्व थोडक्यात स्पष्ट करा.

विभाग २

(आय्.डी.ओ.एल. विद्यार्थ्यांसाठी फक्त)

६. थोडक्यात टिपा लिहा (कोणत्याही चार) २०
- (अ) विक्री संशोधन.
- (ब) क्षेत्र अन्वेषकांचे आदर्श गुण.
- (क) विपणन अंकेक्षण.
- (ड) माहिती सारणीयनाच्या पद्धती.
- (ई) तथ्यांचे निर्वचन.
- (फ) विपणन संशोधन क्षेत्रातील व्यावसायिक संशोधन संस्थांची कार्ये.