

Total No. of Questions : 6]

SEAT No. :

P2235

[Total No. of Pages : 4

[5805]-318

M.Com. (Part - II) (Semester - III)

ADVANCED MARKETING

338 : Marketing Research (Special Paper - VI)

(2019 Pattern) (CBCS)

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 60

Instructions to the candidates:

- 1) Question No. 1 and Question No. 6 are compulsory.
- 2) Solve any 3 (three) questions from Question No. 2 to Question No 5.
- 3) Figures to the right indicate full marks.

Q1) Fill in the blanks by selecting suitable choice (Any 6):

[6]

- i) Source of research problem include \_\_\_\_\_.
  - a) Research's Experience
  - b) Practical issue that require solutions
  - c) Theory and past research
  - d) All of the above
- ii) The marketing research process consists of following steps \_\_\_\_\_ is not one of these steps?
  - a) Evaluating the competitor strategies
  - b) Developing the research plan for collecting information
  - c) Defining the problem and research objectives
  - d) Developing Hypothesis
- iii) As per the consumer \_\_\_\_\_ defines what the consumer thinks about the brand.
  - a) Brand attitude
  - b) Brand positioning
  - c) Brand relationship
  - d) Brand Image
- iv) Advertising research is usually carried out with \_\_\_\_\_.
  - a) Buyers of the product
  - b) Users of the product
  - c) The target audience
  - d) Shareholders
- v) \_\_\_\_\_ is not the sources of collecting marketing information.
  - a) Primary Data
  - b) Secondary Data
  - c) Both a) and b)
  - d) Distributing free samples

P.T.O.

- vi) \_\_\_\_\_ are secondary data.
- a) Existing data
  - b) Less important data
  - c) Ordinal data
  - d) Ordinary data
- vii) \_\_\_\_\_ is not a form of secondary data.
- a) Representative samples
  - b) Multiple source data
  - c) Documentary data
  - d) Survey-based data
- viii) \_\_\_\_\_ form of data can usually be obtained more quickly and at a lower cost than the others.
- a) Survey Research
  - b) Syndicated
  - c) Secondary Data
  - d) Online marketing research

**Q2) What is Marketing Research? Explain the factors involved in Marketing Research and Role of Marketing Research in Marketing. [14]**

**Q3) Define the term 'Advertising Research'? Explain in detail the need and importance of Advertising Research as well as Media Selection and Media Scheduling. [14]**

**Q4) What is 'Marketing Information'? Explain in detail standardised sources of collecting data. [14]**

**Q5) Write a detail note on Primary and Secondary data collection through Internet. [14]**

**Q6) Write Short Notes (Any 2) [2 × 6 = 12]**

- a) Ethics and Career in marketing research.
- b) Marketing Decision Support System.
- c) Primary Data Sources.
- d) Online Brand Perception Research.



Total No. of Questions : 6]

P2235

[5805]-318

M.Com. (Part - II) (Semester - III)

ADVANCED MARKETING

338 : Marketing Research (Special Paper - VI)

(2019 Pattern) (CBCS)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : 3 तास]

[एकूण गुण : 60

- सूचना :
- 1) प्रश्न क्र. 1 आणि प्रश्न क्र. 6 अनिवार्य आहे.
  - 2) प्रश्न क्र. 2 पासून प्रश्न क्र. 5 पर्यंतचे कोणतेही 3 (तीन) प्रश्न सोडवा.
  - 3) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.
  - 4) संदर्भासाठी मुळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका पहावी.

प्रश्न 1) योग्य पर्यायाची निवड करून रिकाम्या जागा भरा. (कोणत्याही सहा) [6]

- i) संशोधन समस्येच्या स्रोतांमध्ये ..... चा समावेश होतो.
  - अ) संशोधकाचा अनुभव
  - ब) वास्तवातील समस्या ज्याचे निराकरण होणे गरजेचे असते
  - क) सिद्धांत आणि गतकालीन संशोधन
  - ड) वरीलपैकी सर्व
- ii) विपणन संशोधनाच्या प्रक्रियेमध्ये खालील पायऱ्यांचा समावेश असतो. विपणन संशोधनाची पुढीलपैकी ..... ही पायरी नाही.
  - अ) स्पर्धाकाच्या व्यूहरचनांचे मूल्यमापन करणे
  - ब) माहिती संग्रहणासाठी संशोधन आराखडा विकसित करणे
  - क) संशोधन समस्येचे निर्धारण करणे आणि संशोधनाची उद्दिष्टे निश्चित करणे
  - ड) गृहीतकृत्याचे विकसन
- iii) ..... या घटकाद्वारे ग्राहक एखाद्या ब्रँडबद्दल काय विचार करतो हे निर्धारित केले जाते.
  - अ) ब्रँड दृष्टीकोन
  - ब) ब्रँड स्थाननिश्चिती
  - क) ब्रँड संबंध
  - ड) ब्रँड प्रतिमा
- iv) जाहिरात संशोधन हे साधारणपणे ..... च्या बरोबर केले जाते.
  - अ) उत्पादनाचे खरेदीदार
  - ब) उत्पादनाचे उपभोक्ते
  - क) लक्ष्य प्रेक्षक
  - ड) भागधारक

- v) विपणन माहिती गोळा करण्याचा खालील पैकी एक स्रोत नाही.  
 अ) प्राथमिक माहिती                      ब) दुय्यम माहिती  
 क) दोन्हीही अ) आणि ब)              ड) मोफत नमुना वितरण
- vi) द्वितीयक (दुय्यम) माहिती म्हणजे .....
- अ) अस्तित्वात असलेली माहिती      ब) कमी महत्त्वाची माहिती  
 क) क्रमवाचक माहिती                      ड) साधारण माहिती
- vii) ..... प्रकार हा दुय्यम माहितीचा प्रकार नाही.  
 अ) प्रतिनिधिक नमुना                      ब) बहुस्रोतीय माहिती  
 क) दस्तऐवजीय माहिती                      ड) सर्वेक्षण आधारित माहिती
- viii) ..... माहिती हि अधिक तात्काळ आणि अन्य माहितीच्या तुलनेत कमी खर्चामध्ये प्राप्त केली जाते.  
 अ) सर्वेक्षण संशोधन                      ब) संलग्नित माहिती  
 क) दुय्यम माहिती                              ड) ऑनलाईन मार्केटिंग रिसर्च

प्रश्न 2) विपणन संशोधन म्हणजे काय? विपणन संशोधनातील समाविष्ट घटक आणि विपणनामध्ये विपणन संशोधनाची भूमिका स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 3) 'जाहिरात संशोधन' या संकल्पनेची व्याख्या द्या. जाहिरात संशोधनाची गरज आणि महत्त्व स्पष्ट करून जाहिरात माध्यमांची निवड आणि माध्यम वेळापत्रक यांची माहिती सविस्तर स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 4) 'बाजारपेठ माहिती' म्हणजे काय? माहिती संकलनाचे प्रमाणित स्रोत सविस्तर स्पष्ट करा. [14]

प्रश्न 5) इंटरनेच्या माध्यमातून प्राथमिक व दुय्यम माहितीचे संकलन यावर सविस्तर टिप लिहा. [14]

प्रश्न 6) थोडक्यात टिपा लिहा. (कोणत्याही 2) [2 × 6 = 12]

- अ) विपणन संशोधनातील नैतिकता आणि कारकिर्द.  
 ब) विपणन निर्णय पाठिंबा व्यवस्था  
 क) प्राथमिक माहिती स्रोत.  
 ड) ऑनलाईन ब्रँड धारणा संशोधन

