

D-7042

M.Com. (IVth Semester) Examination, 2020

COMMERCE

(Marketing Research)

Time Allowed : Three Hours

Maximum Marks : 70

खण्ड - अ

SECTION - A

नोट : किन्हीं दस प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न एक अंक का है। **10×1=10**

Note : Attempt any ten questions. Each question carries one mark.

Q. 1. रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

Fill in the blanks :

(i) समाचार पत्रों से लिया गया समंक है।

Data taken from newspapers is _____.

(ii) आनुपातिक पैमाना का लेखाचित्र परिवर्तनों को संकेतित करता है।

Ratio scale graph indicates _____ changes.

(iii) सामान्यतया "अन्वेषण का अर्थ की खोज है।

Generally "investigation means a search of _____.

(2)

(iv) सर्वेक्षण के निष्पादन का अंतिम चरण तैयार करना होता है।

The preparation of _____ constitutes the final step in executing the survey.

(v) वर्गीकरण और सारणीयन एक दूसरे के हैं।
Classification and tabulation are _____ to each other.

सही उत्तर का चयन कीजिए :

Choose the correct answer :

(vi) विपणन के संदर्भ में शोध हो सकते हैं :

(अ) विक्रय शोध

(ब) ऐतिहासिक शोध

(स) वैज्ञानिक शोध

(द) सामाजिक शोध

In the context of marketing :

(a) Sales research

(b) Historical research

(c) Scientific research

(d) Social research

(vii) दैव-निदर्शन विधि है :

(अ) लाटरी विधि

(ब) आंख बंद करके चुनना

(स) ढोल घुमाकर

(द) उपर्युक्त सभी

(3)

Random sampling method is :

- (a) Lottery system
- (b) Blindfold selection
- (c) Rotating the drum
- (d) All of the above

(viii) विपणन शोध क्षेत्र को निर्धारित करने वाले प्रमुख कारक हैं :

- (अ) उत्पाद
- (ब) कम्पनी
- (स) उद्योग
- (द) उपभोक्ता

The major factors determine marketing research area are :

- (a) Product
- (b) Company
- (c) Industry
- (d) Consumer

(ix) प्रतिवेदन है :

- (अ) अनुसंधानकर्ता का बायोडाटा
- (ब) अनुसंधान प्रक्रिया का संक्षिप्त एवं सारगर्भित विवरण
- (स) अनुसंधान संबंधी समस्याएँ
- (द) समंकों का संग्रहण

The Report is :

- (a) Researcher's bio-data
- (b) Research procedure brief
- (c) Research related problems
- (d) Collection of data

(4)

(x) संगणना विधि उपयुक्त है :

- (अ) सीमित क्षेत्र में
- (ब) असीमित क्षेत्र में
- (स) गहन अध्ययन आवश्यक न हो
- (द) शुद्धता की आवश्यकता न हो

Computation method is appropriate :

- (a) Limited area
- (b) Unlimited area
- (c) Intensive study is not necessary
- (d) Accuracy is not required

(xi) समग्र है :

- (अ) चुने गये समंक
- (ब) अनुसंधान की समस्त इकाइयाँ
- (स) अनुसंधान की समस्त इकाइयों का समूह
- (द) संगणना विधि

The overall is :

- (a) Selected numbers
- (b) All units of research
- (c) Group of all unit of research
- (d) Computation method

(xii) आरेख है :

- (अ) आंकड़ों का संग्रहण
- (ब) विश्लेषण
- (स) प्रस्तुतीकरण
- (द) संक्षिप्तीकरण

(5)

Diagrams is :

- (a) Collection of data
- (b) Analysis
- (c) Presentation
- (d) Summarization

खण्ड - ब

(अति लघु उत्तरीय प्रश्न)

SECTION - B

(Very Short Answer Type Questions)

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के 2 अंक हैं। अधिकतम शब्द सीमा 25-30 शब्द। **5×2=10**

Note : Attempt any five questions. Each question carries 2 marks. Maximum word limit 25-30 words.

- Q. 2.** (i) विपणन शोध क्या है ?
What is marketing research ?
- (ii) प्रश्नावली किसे कहते हैं ?
What is questionnaire ?
- (iii) विपणन शोध में लोकप्रिय प्रतिवेदन से आप क्या समझते हैं ?
What do you mean by popular report in marketing research ?
- (iv) विपणन शोध में नीतिशास्त्र से क्या आशय है ?
What is meant by Ethics in marketing research ?
- (v) विपणन शोध समस्या क्या है ?
What is marketing research problem ?

(6)

(vi) सूचना की आवश्यकता क्यों होती है ?

Why need information ?

(vii) उत्पाद जीवन चक्र क्या है ?

What is product life cycle ?

खण्ड - स

(लघु उत्तरीय प्रश्न)

SECTION - C

(Short Answer Type Questions)

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के 4 अंक हैं। अधिकतम शब्द सीमा 250 शब्द। **5×4=20**

Note : Attempt any five questions. Each question carries 4 marks. Maximum word limit 250 words.

- Q. 3.** (i) विपणन शोध क्रिया के संगठन को प्रभावित करने वाले घटक कौन-कौन से हैं ?
What are the factors influencing organisation of marketing research activity ?
- (ii) प्राथमिक तथा द्वितीयक समंकों का अर्थ एवं अन्तर बताइए।
Define and distinguish between primary and secondary data.
- (iii) 'सारणीयन' की परिभाषा दीजिए। इसके गुण-दोष बताइए।
Define "Tabulation". Discuss its merits and demerits.

(7)

- (iv) माध्यम शोध के प्रमुख प्रारूपों को संक्षेप में समझाइए।
Explain briefly the various forms of media research.
- (v) विपणन शोध में माप की प्रवृत्ति की विवेचना कीजिए।
Discuss the nature of measurement in marketing research.
- (vi) आंकड़ों के आरेखीय निरूपण के लिए प्रयुक्त किन्हीं चार विधियों को समझाइए।
Explain any four important methods used for diagrammatic representation of data.
- (vii) प्रतिदर्श चुनने की विभिन्न विधियों का वर्णन कीजिए।
Describe the various methods of selecting a sample.

खण्ड - द

(निबन्धात्मक प्रश्न)

SECTION - D

(Essay Type Questions)

नोट : किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 10 अंकों का है। अधिकतम शब्द सीमा 500 शब्द। $3 \times 10 = 30$

Note : Attempt any five questions. Each question carries 10 marks. Maximum word limit 500 words.

Q. 4. (i) क्या विपणन सूचना पद्धति समस्त विपणन समस्याओं का समाधान है ? इसकी क्या सीमाएँ हैं ?

(8)

Is marketing information system a solution of all marketing problems ? What are limitations ?

(ii) विपणन शोध में निदर्शन सिद्धान्त की भूमिका को विस्तार से समझाइए।

Explain in detail the role of sampling theory in marketing research.

(iii) समकों के विश्लेषण से क्या आशय है, समकों के विश्लेषण में कोई वर्ग-परीक्षण कहाँ तक उपयोगी है ?
What is meant by analysis of data ? How far Chi-square test is useful in the analysis of data ?

(iv) विपणन शोध उत्पाद संबंधी समस्याओं पर कैसे लागू होता है ? समझाइए।

How can marketing research be applied to solve the problems relating to a product ?
Explain.