

Roll No. ....

**D-118**

**M. Com. (Fourth Semester) (Main/ATKT)  
EXAMINATION, 2020**

(Group—A : Marketing)

Paper Third

[(Specialization) Optional]

MARKETING RESEARCH—A

Time : Three Hours ]

[ Maximum Marks : 80

नोट : निर्देशानुसार सभी खण्डों के उत्तर दीजिए।

Attempt all Sections as directed.

खण्ड—अ

प्रत्येक 1

(Section—A)

वस्तुनिष्ठ/बहुविकल्पीय प्रश्न

(Objective/Multiple Choice Questions)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

Attempt all questions.

सही उत्तर का चयन कीजिए :

Choose the correct answer :

1. शोध है :

(अ) बार-बार खोजना

(ब) किसी समस्या का हल खोजना

(स) किसी भी समस्या की सच्चाई के लिए, खोज करने के लिए एक वैज्ञानिक तरीके से काम करना है।

(द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Research is :

(a) Research again and again

(b) Finding solution to any problem

(c) Working in a scientific way to research for truth of any problem

(d) None of the above

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

(अ) समस्या का पता लगाने के लिए सूचना के स्रोतों की खोज करना

(ब) सम्बन्धित साहित्य का सर्वेक्षण

(स) समस्या के समाधान की खोज करना

(द) समस्या की पहचान

Which of the following is the first step in starting the research 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

[ 3 ]

D-118

3. आधुनिक विपणन का जनक ..... ।

- (अ) फिलिप कोटलर
- (ब) पीटर ड्रुकर
- (स) लेस्टर वंडरमैन
- (द) अब्राहम मेस्लो

..... is the father of Modern Marketing.

- (a) Philip Kotler
- (b) Peter Druckear
- (c) Laster Wonderman
- (d) Abraham Maslow

4. मार्केटिंग (विपणन) एक प्रक्रिया है जिसका उद्देश्य है ..... ।

- (अ) उत्पादन
- (ब) ग्राहकों की जरूरतों की संतुष्टि
- (स) प्रॉफिट मेकिंग
- (द) उत्पाद बेचना

Marketing is a process. Its objective is .....

- (a) Production
- (b) Satisfaction of customer's needs
- (c) Profit making
- (d) Selling products

(B-20) P. T. O.

[ 4 ]

D-118

5. निम्नलिखित में से शोध समकों के संग्रहण करने के प्रकार हैं :

- (अ) अनुमानित व परिमाणात्मक
- (ब) गुणात्मक एवं अनुमानित
- (स) प्राथमिक व द्वितीयक
- (द) गुणात्मक व परिमाणात्मक

The following are types of research data collection :

- (a) Predictive and Quantitative
- (b) Qualitative and Predictive
- (c) Primary and Secondary
- (d) Qualitative and Quantitative

6. अनुसंधान करने की प्रक्रिया में परिकल्पना का निरूपण किया जाता है :

- (अ) उद्देश्यों के विवरण द्वारा
- (ब) समकों के विश्लेषण द्वारा
- (स) समकों के संग्रहण द्वारा
- (द) अनुसंधान उपकरणों के चयन द्वारा

In the process of conducting research formulation of hypothesis is followed by .....

- (a) Statement of objectives
- (b) Analysis of data
- (c) Collection of data
- (d) Selection of research tools

(B-20)

[ 5 ]

D-118

7. विपणन शोध की विशिष्ट तकनीक नहीं है :

- (अ) परिकल्पना
- (ब) ब्राण्ड बैरोमीटर
- (स) उत्पाद परीक्षण
- (द) पैनल

Not including in the specialised techniques of marketing research are :

- (a) Hypothesis
- (b) Brand barometer
- (c) Product testing
- (d) Panel

8. विपणन शोध के विशिष्ट क्षेत्र में शामिल नहीं है :

- (अ) विज्ञापन शोध
- (ब) प्रबन्धकीय शोध
- (स) विक्रय एवं वितरण शोध
- (द) व्यावसायिक शोध

Not included in the specialised field of marketing research :

- (a) Advertising research
- (b) Management research
- (c) Sales and distribution research
- (d) Business research

(B-20) P. T. O.

[ 6 ]

D-118

9. निम्नलिखित में से कौन-सी समक संग्रहण विधि नहीं है ?

- (अ) साक्षात्कार
- (ब) अंक सर्वे प्रश्नावली
- (स) शोध प्रश्न
- (द) प्रतिभागी अवलोकन

Which of the following is not a data collection method ?

- (a) Interviewing
- (b) Postal survey questionnaires
- (c) Research questions
- (d) Participant observation

10. निम्नलिखित में से कौन-सी एक सर्वेक्षण अनुसंधान से जुड़ी सूचना है ?

- (अ) वस्तुनिष्ठता की समस्या
- (ब) मूल निवासी की समस्या
- (स) मजबूती की समस्या
- (द) चूक समस्या

Which of the following is a problem associated with survey research ?

- (a) The problem of objectivity
- (b) The problem of going native
- (c) The problem of robustness
- (d) The problem of omission

(B-20)

11. एक शोध (डिजाइन) प्ररचना क्या है ?

- (अ) समक के संग्रह और विश्लेषण के हर चरण के लिए एक रूपरेखा है।
- (ब) अनुसंधान एक तरीका है जो कि सिद्धान्त पर आधारित नहीं है।
- (स) गुणात्मक या मात्रात्मक तरीकों का उपयोग करने के बीच का विकल्प है।
- (द) यह शैली जिसमें आप अपने शोध निष्कर्ष प्रस्तुत करते हैं, उदाहरण के लिए एक ग्राफ।

What is a research design ?

- (a) A framework for every stage of the collection and analysis of data.
- (b) A way of conducting research that is not grounded in theory.
- (c) The choice between using qualitative or quantitative methods.
- (d) The style in which you present your research finding e.g. a graph.

12. विज्ञापन एक प्रकार का ..... है।

- (अ) बाह्य विपणन
- (ब) अप्रत्यक्ष विपणन
- (स) अंश विपणन
- (द) सौदा विपणन

Advertisement is a type of .....

- (a) Outdoor Marketing
- (b) Indirect Marketing
- (c) Share Marketing
- (d) Transaction Marketing

13. प्रश्नावली है .....।

- (अ) अनुसंधान विधि
- (ब) मापन तकनीक
- (स) समक संग्रहण के लिए उपकरण
- (द) समक विश्लेषण तकनीक

Questionnaire are .....

- (a) Research method
- (b) Measurement technique
- (c) Tool for a data collection
- (d) Data analysis technique

14. सबसे अच्छा विज्ञापन है :

- (अ) ई-मेल द्वारा
- (ब) प्रिंट मीडिया
- (स) टेलीविजन
- (द) एक संतुष्ट ग्राहक

The best advertisement is .....

- (a) By e-Mails
- (b) Print Media
- (c) Television
- (d) A satisfied customer

15. हम जानने के लिए प्रासंगिक साहित्य की समीक्षा करते हैं :

- (अ) निम्न सभी
- (ब) क्या पहले से ही विषय के बारे में जाना जाता है ?
- (स) किन अवधारणाओं और सिद्धान्तों को विषय पर लागू किया गया है ?
- (द) विषय के प्रमुख योगदानकर्ता कौन हैं ?

We review the relevant literature to know :

- (a) Following all
- (b) What is already known about the topic ?
- (c) What concepts of theories have been applied to the topic ?
- (d) Who are the main contributors to the topic ?

16. किसी उत्पाद को लांच करने से पहले, परीक्षण करना ..... के रूप में जाना जाता है।

- (अ) अवधारणा परीक्षण
- (ब) परीक्षण विपणन
- (स) बाजार परीक्षण
- (द) अम्ल परीक्षण

Testing before launching a product is known as :

- (a) Concept testing
- (b) Test marketing
- (c) Market testing
- (d) Acid testing

17. नये उत्पादन विचारों के लिए व्यवस्थित खोज, नए उत्पाद विकास प्रक्रिया में किस चरण की विशेषता है ?

- (अ) व्यापार विश्लेषण
- (ब) अवधारण विकास और परीक्षण
- (स) विचार सृजन
- (द) विचार अनुवीक्षण

The systematic search for new product ideas is characteristic of which stage in the new product development process ?

- (a) Business Analysis
- (b) Concept development and testing
- (c) Idea generation
- (d) Idea screening

18. निम्नलिखित में से कौन से लोग (उपभोक्ता) बाजार में उत्पादों के पहुँचते ही नए उत्पाद खरीदते हैं ?

- (अ) व्यवसायी
- (ब) दलाल एवं अन्य उपभोक्ता
- (स) कारखाना उपभोक्ता
- (द) अन्वेषक

Which of the following are the people who purchase new products almost as soon as the products reach the market ?

- (a) Businessman
- (b) Agent and other customer
- (c) Factory customer
- (d) Innovator

19. अभिप्रेरणा शोध है :

- (अ) गुणात्मक शोध

- (ब) मात्रात्मक शोध  
 (स) वैज्ञानिक शोध  
 (द) उपर्युक्त में से कोई नहीं

Motivation research is :

- (a) Qualitative research  
 (b) Quantitative research  
 (c) Scientific research  
 (d) None of the above

20. शोध प्ररचना (रूपरेखा) में निम्नलिखित समाविष्ट नहीं है :

- (अ) शोध समस्या  
 (ब) लागत  
 (स) अवलोकन सर्वे  
 (द) परिकल्पना

Research design consists of the following things except :

- (a) Research Problem  
 (b) Cost or Expenditure  
 (c) Observational Survey  
 (d) Hypothesis

खण्ड—ब

प्रत्येक 2

(Section—B)

अति लघु उत्तरीय प्रश्न

(Very Short Answer Type Questions)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए (2 या 3 वाक्यों में)।

Attempt all questions (in 2 or 3 sentences).

1. 'बाजार अनुसंधान' से आप क्या समझते हैं ?  
 What is 'Market Research' ? Explain.

(B-20) P. T. O.

2. 'विपणन निर्णय' के प्रकार का नाम लिखिए।

Write the types of 'Marketing Decisions' (Only names).

3. विपणन शोध में वैज्ञानिक पद्धति को परिभाषित कीजिए।

Define 'Scientific method' in marketing research.

4. 'शोध प्ररचना (रूपरेखा) से क्या आशय है ?

What is meant by 'Research Design' ?

5. 'विपणन सूचना' क्या है ?

What is 'Marketing Information' ?

6. 'बाजार खण्डकरण' से क्या आशय है ?

What is meant by 'Market Segmentation' ?

7. 'परिकल्पना' से आप क्या समझते हैं ?

What do you understand by 'Hypothesis' ?

8. 'विक्रय पूर्वानुमान' किसे कहते हैं ?

What is 'Sales Forecasting' ?

खण्ड—स

प्रत्येक 3

(Section—C)

लघु उत्तरीय प्रश्न

(Short Answer Type Questions)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए (शब्द सीमा 75 शब्द)।

Attempt all questions (word limit 75 words).

1. बाजार अनुसंधान एवं विपणन अनुसंधान में अन्तर लिखिए।

Write the difference between Market Research and Marketing Research.

(B-20)

2. विपणन अनुसंधान के क्षेत्र का नाम लिखिए।  
Write the scopes of marketing research.
3. विपणन निर्णयन प्रक्रिया को समझाइए।  
Explain the 'marketing decision process'.
4. शोध प्ररचना के प्रकार को लिखिए (केवल नाम)। —डेल लिटलर  
Write the types of research design (only name).  
—Dale Litter
5. एक अच्छे विपणन शोध की विशेषताएँ लिखिए। —फिलिप कोटलर  
Write the characteristics of a good marketing research.  
—Philip Kotler
6. वैज्ञानिक पद्धति के प्रमुख चरणों के नाम लिखिए।  
Write the main steps of scientific method (only names).
7. 'अभिप्रेरणा शोध' की विभिन्न तकनीकों के नाम लिखिए।  
Write the various techniques of 'motivation research' (only names).
8. 'उत्पाद शोध' के उद्देश्यों को बताइए।  
Explain the objectives of 'product research'.

खण्ड—द

प्रत्येक 5

(Section—D)

दीर्घ उत्तरीय प्रश्न

(Long Answer Type Questions)

नोट : सभी प्रश्नों के उत्तर (लगभग 150 शब्द प्रत्येक) दीजिए।

Attempt all questions (each answer about 150 words).

1. विपणन शोध के महत्व और सीमाओं की विवेचना कीजिए। निर्णयन में विपणन शोध किस प्रकार योगदान देता है ?

(B-20) P. T. O.

Discuss the importance and limitations of Marketing Research. How does the marketing research help in decision-making ?

अथवा

(Or)

विपणन निर्णयन से आप क्या समझते हैं ? उन घटकों को समझाइए जो विपणन निर्णय को प्रभावित करते हैं।

What do you understand by Marketing Decision Making ? State the factors which affect marketing decisions.

2. शोध प्ररचना की विवेचना कीजिए। विपणन शोध में शोध प्ररचना की क्यों आवश्यकता होती है ?

Explain research design. Why do we need a research design in marketing research ?

अथवा

(Or)

विपणन ब्यूहरचना में एस. टी. पी. क्या है ? इस सम्बन्ध में विपणन शोध की भूमिका का आलोचनात्मक परीक्षण कीजिए।

What is S. T. P. in marketing strategy ? Discuss critically the role of marketing research in this content.

3. 'विपणन शोध' से क्या आशय है ? इसके महत्व एवं प्रमुख तकनीकों को बताइए।

What is meant by 'Marketing Research' ? Discuss its importance and specialised techniques.

अथवा

(Or)

अभिप्रेरणा शोध क्या है ? इसकी अच्छाइयाँ और कमजोरियाँ क्या हैं ? विपणन ब्यूहरचना के विकास में इसका सर्वोत्तम प्रयोग कैसे किया जा सकता है ?

What is Motivation Research ? What are its strengths and weaknesses ? How can it best be utilized in the development of marketing strategy ?

(B-20)

[ 15 ]

D-118

4. "विज्ञापन शोध में 'माध्यम' महत्वपूर्ण होता है, किन्तु उसका चुनाव जटिल होता है।" माध्यम चुनाव की समस्या का विस्तार में वर्णन कीजिए।

"In an advertising research 'Media' is important but the problem of its selection is complicated." Discuss the problems in media selections in detail.

अथवा

(Or)

नये उत्पादों को आरम्भ करने से सम्बन्धित समस्याओं का विश्लेषण कीजिए। आप उन्हें कैसे हल करेंगे ?

Analyse the problems of introducing new products ? How would you overcome them ?

D-118

(B-20)