

**Subject : Marketing - II**

Day : Saturday  
Date : 08/10/2016

**S.D.E.**



Time : 3.00 P.M. TO 6.00 P.M.  
Max Marks : 80 Total Pages : 3

**N.B.**

- 1) All questions are **COMPULSORY**.
- 2) Figures to the right indicate **FULL** marks.
- 3) Both the sections should be written in the **SAME** answer book.

**SECTION – I**

**Q.1** What is ‘Marketing Research’? Explain its nature and importance. **(16)**

**OR**

- a) Explain the role of marketing information system in the marketing research. **(08)**
- b) Discuss the role played by prominent market research agencies in India. **(08)**

**Q.2** What do you mean by ‘Hypothesis statement’? Discuss characteristics of good hypothesis. **(16)**

**OR**

- a) Which points to be considered while preparing research proposal? **(08)**
- b) ‘Marketing research creates job opportunities’. Discuss. **(08)**

**SECTION – II**

**Q.3** What do you mean by ‘Sample size’? Discuss various factors that determines sample size. **(16)**

**OR**

- a) Explain importance of field work in the process of data collection. **(08)**
- b) Which points to be considered while presenting report? **(08)**

**Q.4** What is ‘Sales Forecasting’? Discuss methods of sales forecasting. **(16)**

**OR**

- a) What are the advantages of data collection by using internet? **(08)**
- b) Explain the importance of web based marketing research. **(08)**

**Q.5** Write short notes on **ANY FOUR**: **(16)**

- a) Sampling techniques
- b) Sampling errors
- c) Survey errors
- d) Conjoint analysis
- e) Consumer marketing research
- f) Copy testing

\* \* \*

## मराठी रुपांतर

## सूचना:

- १) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहेत.
- २) उजवीकडील अंक गुणांचा निर्देश करतात.
- ३) दोन्ही विभाग एकाच उत्तरपत्रिकेत लिहावेत.

## विभाग - १

प्र.१ 'विपणन संशोधन' म्हणजे काय? त्याचे स्वरूप व महत्त्व स्पष्ट करा. (१६)

## किंवा

- अ) विपणन संशोधनात विपणन माहिती व्यवस्थेची भूमिका स्पष्ट करा. (०८)
- ब) भारतातील प्रमुख बाजारपेठ संशोधन संस्थांच्या भूमिकेची चर्चा करा. (०८)

प्र.२ 'गृहितक विधान' म्हणजे काय? चांगल्या गृहितकाच्या वैशिष्ट्यांची चर्चा करा. (१६)

## किंवा

- अ) संशोधन प्रस्ताव तयार करताना कोणते मुद्दे विचारात घ्यावेत? (०८)
- ब) 'विपणन संशोधनातून रोजगार संधी निर्माण होतात' चर्चा करा. (०८)

## विभाग - २

प्र.३ 'नमुना आकार' म्हणजे काय? नमुना आकार ठरविताना विविध घटकांची चर्चा करा. (१६)

## किंवा

- अ) माहिती संकलन प्रक्रियेत क्षेत्र कार्याचे महत्त्व स्पष्ट करा. (०८)
- ब) अहवाल सादरीकरणात कोणते मुद्दे विचारात घ्यावेत? (०८)

प्र.४ 'विक्रीचे पुर्वानुमान' म्हणजे काय? विक्री पुर्वानुमानाच्या पद्धतींची चर्चा करा. (१६)

## किंवा

- अ) इंटरनेट वापरातून माहिती संकलनाचे कोणते फायदे आहेत? (०८)
- ब) संकेत स्थळ अधिष्ठित विपणन संशोधनाचे महत्त्व स्पष्ट करा. (०८)

प्र.५ टीपा लिहा (कोणत्याही चार) (१६)

- अ) नमुना निश्चितीची तंत्रे
- ब) नमुना निश्चितीतील चुका
- क) पाहणीतील चुका
- ड) संयुक्त विश्लेषण
- इ) ग्राहक विपणन संशोधन
- फ) प्रत चाचणी

\* \* \* \*

## हिंदी रूपांतर

## सूचनाएं:

- १) सभी प्रश्न आवश्यक है।
- २) दाहिने दिए हुए अंक गुणोंका निर्देश करते है।
- ३) दोनों विभाग एकही उत्तरपत्रिका में लिखिए।

## विभाग - १

प्र.१ 'विपणन संशोधन' क्या है? इसका स्वरूप और महत्त्व विशद कीजिए। (१६)

## अथवा

- अ) विपणन संशोधन में विपणन जानकारी व्यवस्था की भूमिका स्पष्ट कीजिए। (०८)
- ब) भारतस्थित प्रख्यात विपणन संशोधन संस्था की भूमिका की चर्चा कीजिए। (०८)

प्र.२ 'गृहितक विधान' का अर्थ क्या है? अच्छे गृहितके गुणविशेषों की चर्चा कीजिए। (१६)

## अथवा

- अ) संशोधन प्रस्ताव बनाते समय कौनसे मुद्दे ध्यानमें लेने चाहिए। (०८)
- ब) 'विपणन संशोधन से रोजगार संधी निर्माण होती है' - चर्चा कीजिए। (०८)

## विभाग - २

प्र.३ 'नमुना आकार' का अर्थ क्या है? नमुना आकार निश्चित करनेवाले विभिन्न घटकों की चर्चा कीजिए। (१६)

## अथवा

- अ) जानकारी संकलन में क्षेत्र कार्य का महत्त्व विशद कीजिए। (०८)
- ब) अहवाल सादर करते समय कौनसे मुद्दे ध्यानमें लेने चाहिए। (०८)

प्र.४ 'विक्री पुर्वानुमान' क्या है? विक्री पुर्वानुमान की पद्धतियों की चर्चा कीजिए। (१६)

## अथवा

- अ) इंटरनेट द्वारा माहिती संकलन से कौनसे लाभ होते है? (०८)
- ब) संकेत स्थल अधिष्ठित विपणन संशोधन का महत्त्व स्पष्ट कीजिए। (०८)

प्र.५ टिप्पणी लिखिए। (कोई भी चार) (१६)

- अ) नमुना निश्चिती तंत्र
- ब) नमुना निश्चिती में गलतियाँ
- क) सर्वे गलतियाँ
- ड) संयुक्त विश्लेषण
- इ) ग्राहक विपणन संशोधन
- फ) प्रत चाचणी

\* \* \* \*