

**Subject : Marketing- II**

Day : Saturday  
Date : 11/04/2015

**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) Answers to both the sections should be written in the **SAME** answer book.

**SECTION - I**

**Q.1** Explain meaning, nature and importance of marketing research. **[16]**

**OR**

- a) What are the limitations of marketing research? **[08]**
- b) Explain the need of ethics in marketing research. **[08]**

**Q.2** What is 'Hypothesis Statement'? What are the characteristics of good hypothesis? **[16]**

**OR**

- a) Explain the various points which are to be considered while preparing research proposal. **[08]**
- b) Explain the role of marketing information system in the marketing research. **[08]**

**SECTION - II**

**Q.3** State importance of sample size. Which factors to be considered while deciding sample size? **[16]**

**OR**

- a) What types of precautions are essential while preparing report? **[08]**
- b) Discuss in brief various sampling and non-sampling errors. **[08]**

**Q.4** What is 'Sales Forecasting'? Discuss objective and subjective methods of sales forecasting. **[16]**

**OR**

- a) What are the advantages of data collection through internet? **[08]**
- b) What is 'conjoint analysis'? How it is useful in product research? **[08]**

**Q.5** Write short notes on **ANY FOUR** of the following: **[16]**

- a) Sample frame
- b) Sampling techniques
- c) Field work
- d) Report presentation
- e) Copy testing
- f) Media selection

\* \* \* \*

## मराठी रूपांतर

## सूचना:

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

## विभाग-१

- प्र.१ विपणन संशोधनाचा अर्थ, स्वरूप आणि महत्त्व स्पष्ट करा. (१६)  
किंवा
- अ) विपणन संशोधनाच्या मर्यादा कोणत्या आहेत? (०८)  
ब) विपणन संशोधनात नैतिकतेची गरज स्पष्ट करा. (०८)
- प्र.२ 'गृहितक विधान' म्हणजे काय? चांगल्या गृहितकाची वैशिष्ट्ये कोणती आहेत? (१६)  
किंवा
- अ) संशोधन प्रस्ताव तयार करताना विचारात घ्यावयाचे विविध मुद्दे स्पष्ट करा. (०८)  
ब) विपणन संशोधनात विपणन माहिती यंत्रणेची भूमिका स्पष्ट करा. (०८)

## विभाग-२

- प्र.३ नमुना आकार चे महत्त्व सांगा. नमुना आकार ठरविताना कोणते घटक विचारात घ्याल? (१६)  
किंवा
- अ) अहवाल तयार करताना कोणत्या प्रकारची खबरदारी घेणे आवश्यक आहे ? (०८)  
ब) नमुना विषयक आणि गैर नमुना विषयक चुकांची थोडक्यात चर्चा करा. (०८)
- प्र.४ 'विक्री पुर्वानुमान' म्हणजे काय? विक्री पुर्वानुमानाच्या वस्तूनिष्ठ आणि विषयनिष्ठ पध्दतींची चर्चा करा. (१६)  
किंवा
- अ) इंटरनेटमार्फत माहिती संकलनाचे कोणते फायदे आहेत? (०८)  
ब) 'संयुक्त विश्लेषण' म्हणजे काय? वस्तू संशोधनात ते कसे उपयुक्त ठरते? (०८)
- प्र.५ खालीलपैकी कोणत्याही चारवर टीपा लिहा. (१६)
- अ) नमुना चौकट  
ब) नमुना तंत्रे  
क) क्षेत्र कार्य  
ड) अहवाल सादरीकरण  
इ) प्रत तपासणी  
फ) माध्यमाची निवड

## हिंदी रूपांतर

## सूचनाएँ:

- १) सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
- २) दाहिने दिए हुए अंक प्रश्नों का गुण दर्शाते हैं।
- ३) दोनहो विभाग एकही उत्तरपत्रिकामें लिखिए।

## विभाग-१

- प्र.१ विपणन संशोधन का अर्थ, स्वरूप और महत्त्व विशद कीजिए। (१६)  
किंवा
- अ) विपणन संशोधनकी मर्यादायें कौनसी हैं? (०८)  
ब) विपणन संशोधनमें नैतिकताकी जरूरत स्पष्ट कीजिए। (०८)
- प्र.२ 'गृहितक विधान' का अर्थ क्या है? अच्छे गृहितककी कौनसी विशेषताएँ होती हैं। (१६)  
किंवा
- अ) संशोधन प्रस्ताव तयार करते समय ध्यानमें लेनेवाले विभिन्न मुद्दे स्पष्ट कीजिए। (०८)  
ब) विपणन संशोधनमें विपणन जानकारी व्यवस्था की भूमिका स्पष्ट कीजिए। (०८)

## विभाग-२

- प्र.३ नमूना आकार का महत्त्व बताइए। नमूना आकार निश्चित करते समय कौनकौनसे घटक ध्यानमें लेने चाहिए? (१६)  
किंवा
- अ) अहवाल बनाते समय किस प्रकारकी सावधानता आवश्यक होती है? (०८)  
ब) विभिन्न नमूना और गैर-नमूना विषयक गलतियोंकी चर्चा कीजिए। (०८)
- प्र.४ 'बिक्री पुर्वानुमान' क्या होता है? बिक्री पुर्वानुमानकी वस्तुनिष्ठ और विषय निष्ठ पध्दतीओंकी चर्चा कीजिए। (१६)  
किंवा
- अ) इंटरनेटके माध्यमसे जानकारी संकलीत करनेके लाभ कौनसे होते हैं? (०८)  
ब) 'संयुक्त विश्लेषण' क्या होता है? वस्तु संशोधनमें ये कैसा उपयुक्त होता है? (०८)
- प्र.५ टिप्पणी लिखिए। (कोई भी चार) (१६)
- अ) नमूना चौकट  
ब) नमूना तंत्र  
क) क्षेत्र कार्य  
ड) अहवाल सादर करना  
इ) प्रत चाचणी  
फ) माध्यम चयन