

**M. COM. SEM - II (CHOICE BASED CREDIT SYSTEM) (2012  
COURSE) : SUMMER - 2018**

**SUBJECT : ELECTIVE – B GROUPS : MARKETING – IV**

Day : **Thursday**  
Date : **19/04/2018**

Time : **03.00 PM TO 06.00 PM**  
Max. Marks : 60

**S-2018-0374**

---

**N.B.:**

- 1) All questions are **COMPULSORY**.
  - 2) Figures to the right indicate **FULL** marks.
- 

**Q.1** Explain the concepts of 'Sample Frame' and 'Sample Unit'. Describe various sampling techniques used in marketing research. [16]

**OR**

- a) State the various points that to be considered while preparing research proposal. [08]
- b) What are the limitations of survey technique? [08]

**Q.2** What is 'Advertising Research'? Explain copy testing, media selection and media scheduling in advertising research. [16]

**OR**

- a) State objective and subjective methods of sales forecasting. [08]
- b) How cluster analysis is useful for identifying market segments? [08]

**Q.3** What is meant by 'Web Based Marketing Research'? Explain the advantages and limitations of internet in data collection. [16]

**OR**

- a) Describe the usefulness of conjoint analysis for product research. [08]
- b) Write a note on industrial versus consumer marketing research. [08]

**Q.4** Write short notes on **ANY THREE** of the following: [12]

- a) Sample Size
- b) Test Marketing
- c) Survey Technique
- d) Data Analysis Techniques
- e) Multi-dimensional Scaling

\* \* \* \*

मराठी रुपांतर

सूचना:

- १) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे.
- २) उजवीकडील अंक गुणांचा निर्देश करतात.

प्र.१ 'नमुना चौकट' व 'नमुना एकक' या संकल्पना स्पष्ट करून विपणन संशोधनासाठी (१६)  
वापरली जाणारी विविध नमुना तंत्रे वर्णन करा.

किंवा

- अ) संशोधन प्रस्ताव तयार करताना विचारात घ्यावे लागणारे विविध मुद्दे सांगा. (०८)
- ब) सर्वेक्षण तंत्राच्या मर्यादा कोणत्या? (०८)

प्र.२ 'जाहिरात संशोधन' म्हणजे काय? जाहिरात संशोधनातील मजकूर तपासणी, माध्यम (१६)  
निवड व माध्यम वेळापत्रक स्पष्ट करा.

किंवा

- अ) विक्री पूर्वानुमानाच्या वस्तुनिष्ठ व व्यक्तिनिष्ठ पध्दती सांगा. (०८)
- ब) विपणी विभागणी ओळखण्यासाठी समूह विश्लेषण कसे उपयुक्त ठरू शकते? (०८)

प्र.३ 'संकेतस्थळ आधारित विपणन संशोधन' म्हणजे काय? माहिती संकलनामधील (१६)  
इंटरनेटचे फायदे व मर्यादा विशद करा.

किंवा

- अ) उत्पादन संशोधनासाठी संयुक्त विश्लेषण कसे उपयुक्त ठरते ते सांगा. (०८)
- ब) औद्योगिक विरुद्ध ग्राहक विपणन संशोधन यावर टीपण तयार करा. (०८)

प्र.४ 'खालीलपैकी कोणत्याही तीनवर टीपा लिहा. (१२)

- अ) नमुना आकारमान
- ब) चाचणी विपणन
- क) सर्वेक्षण तंत्र
- ड) माहिती विश्लेषण तंत्र
- इ) बहुमितीय श्रेणीयन

\* \* \* \*