

**M. COM. SEM - I (CHOICE BASED CREDIT SYSTEM) (2012
COURSE) : WINTER - 2017**

SUBJECT : SPECIAL GROUP – B : MARKETING – II

Day : Tuesday
Date : 31/10/2017

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

W-2017-0323

N.B.:

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

Q.1 What is 'Research Proposal'? Explain the factors which are to be considered while preparing research proposal. [16]

OR

- a) Explain the scope of marketing research. [08]
- b) Discuss the role of surveys in the marketing research. [08]

Q.2 Explain various qualitative research techniques in detail. [16]

OR

- a) Explain in brief 4 Ps of marketing mix. [08]
- b) State the characteristics of a good hypothesis. [08]

Q.3 Discuss role of marketing research in marketing. Which are the new trends in marketing research? [16]

OR

- a) How does marketing research create job opportunities? [08]
- b) Explain the importance of problem formulation in marketing research. [08]

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

- a) Nature of Marketing Research
- b) Marketing Research Agencies in India
- c) Limitations of Marketing Research
- d) Focus Group
- e) Growth Prospects

* * * *

मराठी रुपांतर

सूचना:

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

प्र.१ 'संशोधन प्रस्ताव' म्हणजे काय? संशोधन प्रस्ताव तयार करताना लक्षात घ्यावयाचे (१६)
घटक स्पष्ट करा.

किंवा

- अ) विपणन संशोधनाची व्याप्ती स्पष्ट करा. (०८)
- ब) विपणन संशोधनामधील सर्वेक्षणाची भूमिका वर्णन करा. (०८)

प्र.२ विविध गुणात्मक संशोधन तंत्रे सविस्तरपणे स्पष्ट करा. (१६)

किंवा

- अ) विपणन मिश्रणातील '४ पी' थोडक्यात स्पष्ट करा. (०८)
- ब) चांगल्या गृहितकाची वैशिष्ट्ये सांगा. (०८)

प्र.३ विपणनात विपणन संशोधनाच्या भूमिकेची चर्चा करा. विपणन संशोधनात कोणते नवे (१६)
प्रवाह आहेत?

किंवा

- अ) विपणन संशोधनातून रोजगार संधी कशा निर्माण होतात? (०८)
- ब) विपणन संशोधनात समस्येच्या सूत्ररूप मांडणीचे महत्त्व स्पष्ट करा. (०८)

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

- अ) विपणन संशोधनाचे स्वरूप
- ब) भारतातील बाजारपेठ संशोधन संस्था
- क) विपणन संशोधनाच्या मर्यादा
- ड) लक्ष केंद्रित गट
- इ) वाढीची संभाव्यता

* * * *