

Time: - 03Hours

Marks:- 100

Note: 1. All questions are compulsory.

2. Figures to the right indicate full marks.

Q.1 (A) Select the most appropriate answer from the option given below. **(Any Ten) 10**

1. Brand _____ may be described as the consumer's perception of the product and the producer.
a) Image b) Loyalty c) Brand Extension d) Name
2. _____ Research helps the marketers and producers to know their customers.
a) Consumer b) Pricing c) Packaging d) Distribution
3. Manufacturer's initiative to conserve the environment has led to the adoption of _____ packaging.
a) Environment b) Brown c) Green d) Disposable
4. _____ is an external factor affecting pricing.
a) Competition b) Corporate Image c) Costs d) Organisation Structure
5. Promotion mix includes _____
a) Publicity b) Advertising c) Sales Promotion d) All of these
6. A distinct brand image commands _____ price.
a) Higher b) Market c) Lower d) Average
7. Sales Analysis by _____ is preferred by those companies producing and marketing a wide range of products and services.
a) Territory b) Product c) Order size d) Customers
8. For conducting primary research in rural areas _____ is more convenient and suitable
a) Personal Interview b) Group interview c) Focus group interview d) online survey
9. Global Marketing Research helps to collect _____ data of overseas market.
a) Demographic b) Marketing c) Cultural Differences d) All of These
10. The respondent's right to decide for themselves how much information they will share with the researcher is called the Right to _____.
a) Privacy b) Redress c) Information d) Safety
11. NSSO means _____ Sample Survey Organization.
a) National b) Notional, c) Natural d) Nominal

12. Prominent Marketing Research Organisation, NCAER stands for _____

- a) National Code of Applied Economic Research
- b) National Council of Applied Economic Research
- c) National Communication of Applied Economic Research
- d) National Care of Applied Economic Research

B) State whether the following statements are true or false: (Any 10)

10

- 1. Introduction is the last stage in a product life cycle.
- 2. Experimentation technique is concern with collection of primary data.
- 3. In cost-plus pricing strategy the marketer considers only the cost aspect of the product.
- 4. The channel having no intermediaries is a direct marketing channel.
- 5. Promotion research helps to stimulate the demand for the product in the market.
- 6. Media research is a component of advertising research.
- 7. Brand research helps in selecting the right mode of transportation and warehousing facility for the distribution of goods in the market
- 8. Demand in rural markets depends on agricultural production.
- 9. Global Marketing Research studies overseas market.
- 10. Conducting marketing research through the sales department is a traditional form of organizing research activities.
- 11. To ensure unbiased analysis of data, it is better to use the services of an outside agency.
- 12. ORG specializes in conducting Retail Audits and Pharmaceutical Audit.

Q.2. Answer Any Two of the following

15

- a) What are the steps in new product development?
- b) Describe the various components of the Brand.
- c) Explain factors influencing the pricing decision of a firm.

Q.3. Answer Any Two of the following

15

- a) What is supply chain management? Explain its components.
- b) Explain the pre-test and post-test methods of testing advertising effectiveness.
- c) What is motivation research? Why is motivation research important to marketers?

Q.4 Answer Any Two of the following

15

- a) What do you mean by Sales Research? Explain different areas of sales research.
- b) Describe Do's and Don'ts of Rural Marketing Research
- c) What do you mean by Global Marketing Research? Explain the need to conduct Global Marketing Research.

Q.5. Answer Any Two of the following

15

- a) Explain the merits and demerits of organizing marketing research activities as a part of the sales department.
- b) Explain the responsibility of marketing research agencies towards clients and the research profession.
- c) Write a detail note on services offered by the Hindustan Thompson Associates (HTA) and Indian Market Research Bureau (IMRB).

Q.6. Write a short note (Any four)

20

- a) Areas of product research
 - b) Advertising Research
 - c) Features of Indian Rural Markets
 - d) Types of distribution channels.
 - e) Elements of Promotion.
 - f) Merits of In-house M.R. Department
-

मराठी भाषांतर

वेळ:- ०३ तास

गुण:- १००

टीप: १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२. उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.

प्र. क्र. १ (अ) खालील पर्यायातून सर्वात योग्य उत्तर निवडा. (कोणतेही दहा)

१०

१. उत्पादन आणि उत्पादक यांच्याबद्दलची ग्राहकांची धारणा म्हणून _____ चे वर्णन केले जाऊ शकते.
अ) प्रतिमा ब) निष्ठा क) ब्रँड विस्तार ड) नाव
२. _____ संशोधन; विपणक आणि उत्पादकांना त्यांचे ग्राहक जाणून घेण्यास मदत करते.
अ) ग्राहक ब) किंमत क) पॅकेजिंग ड) वितरण
३. पर्यावरणाचे रक्षण करण्यासाठी उत्पादकांच्या पुढाकारामुळे _____ संवेष्टनाचा अवलंब सुरु झाला आहे.
अ) पर्यावरण ब) तपकिरी क) हिरवा ड) विघटनशील
४. _____ हा किमतीवर परिणाम करणारा बाह्य घटक आहे.
अ) स्पर्धा ब) प्रमंडळ प्रतिमा क) खर्च ड) संस्था संरचना
५. विक्री वृद्धी (Promotion) मिश्र मध्ये _____ असते.
अ) प्रसिद्धी ब) जाहिरात क) विक्री वृद्धी प्रयत्न ड) हे सर्व
६. एक वेगळी मुद्रा (ब्रँड) प्रतिमा _____ किंमत मिळविते
अ) उच्च ब) बाजार क) कमी ड) सरासरी
७. उत्पादने आणि सेवांच्या विस्तृत श्रेणीचे उत्पादन आणि विपणन करणाऱ्या कंपन्यांद्वारे _____ विक्री विश्लेषणास प्राधान्य दिले जाते.
अ) प्रदेश ब) उत्पादन क) ऑर्डर आकार ड) ग्राहक
८. ग्रामीण भागात प्राथमिक संशोधन करण्यासाठी _____ अधिक सोयीस्कर आणि योग्य आहे
अ) वैयक्तिक मुलाखत ब) गट मुलाखत क) केंद्रित गट मुलाखत ड) ऑनलाइन सर्वेक्षण
९. जागतिक विपणन संशोधन परदेशातील बाजारपेठेची _____ माहिती गोळा करण्यास मदत करते.
अ) लोकसंख्याशास्त्रीय ब) विपणन क) सांस्कृतिक फरक ड) हे सर्व
१०. संशोधकासोबत किती माहिती सामायिक करायची हे स्वतः ठरवण्याचा प्रतिसादकर्त्याच्या अधिकाराला _____ अधिकार म्हणतात.
अ) गोपनीयता ब) निवारण क) माहिती ड) सुरक्षा
११. NSSO म्हणजे _____ नमुना सर्वेक्षण संस्था.
अ) राष्ट्रीय ब) काल्पनिक, क) नैसर्गिक ड) नाममात्र
१२. प्रख्यात विपणन संशोधन संस्था, NCAER म्हणजे _____
अ) नॅशनल कोड ऑफ अप्लाइड इकॉनॉमिक रिसर्च
ब) नॅशनल कौन्सिल ऑफ अप्लाइड इकॉनॉमिक रिसर्च
क) नॅशनल कम्युनिकेशन ऑफ अप्लाइड इकॉनॉमिक रिसर्च
ड) नॅशनल केअर ऑफ अप्लाइड इकॉनॉमिक रिसर्च

ब) खालील विधाने सत्य किंवा असत्य आहेत हे सांगा: (कोणतेही दहा)

१०

१. परिचय हा उत्पादनाच्या जीवन चक्रातील शेवटचा टप्पा आहे.
२. प्रयोग तंत्र हे प्राथमिक माहिती मिळविण्याशी संबंधित तंत्र आहे.
३. खर्च आधारीत किंमत धोरणात विपणनकर्ता केवळ उत्पादनाच्या खर्च घटकाचा विचार करतो.
४. कोणतेही मध्यस्थ नसलेली साखळी म्हणजे थेट विपणन साखळी होय.
५. वृद्धी (Promotion) संशोधनामुळे बाजारात उत्पादनाची मागणी वाढण्यास मदत होते.

६. माध्यम संशोधन हा जाहिरात संशोधनाचा एक घटक आहे.
७. ब्रँड संशोधन बाजारपेठेतील वस्तूंच्या वितरणासाठी योग्य वाहतूक आणि गोदाम सुविधा निवडण्यात मदत करते
८. ग्रामीण बाजारपेठेतील मागणी कृषी उत्पादनावर अवलंबून असते.
९. जागतिक विपणन संशोधन आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेचा अभ्यास करते.
१०. विक्री विभागामार्फत विपणन संशोधन आयोजित करणे हे संशोधन उपक्रमांचे आयोजन करण्याचा पारंपारिक प्रकार आहे.
११. माहिती चे निष्पक्ष विश्लेषण सुनिश्चित करण्यासाठी बाह्य एजन्सीच्या सेवा वापरणे चांगले असते.
१२. ORG किरकोळ ऑडिट आणि फार्मास्युटिकल ऑडिट आयोजित करण्यात माहिर आहे.

- प्र. क्र. २ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
- अ) नवीन उत्पादनाच्या विकासासाठी कोणते टप्पे आहेत ते सांगा.
- ब) ब्रँड/मुद्रे च्या विविध घटकांचे वर्णन करा.
- क) संस्थेच्या किंमत निर्णयावर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा.
- प्र. क्र. ३ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
- अ) पुरवठा साखळी व्यवस्थापन म्हणजे काय? त्याचे घटक स्पष्ट करा.
- ब) जाहिरात परिणामकारकता तपासण्याच्या पूर्व चाचणी आणि उत्तरचाचणी पद्धती स्पष्ट करा.
- क) प्रेरणा संशोधन म्हणजे काय? विपणकांसाठी प्रेरणा संशोधन महत्वाचे का आहे?
- प्र. क्र. ४ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
- अ) विक्री संशोधन म्हणजे काय? विक्री संशोधनाची विविध क्षेत्रे स्पष्ट करा.
- ब) ग्रामीण विपणन संशोधनात काय करावे आणि काय करू नये याचे वर्णन करा
- क) जागतिक विपणन संशोधन म्हणजे काय? जागतिक विपणन संशोधन आयोजित करण्याची गरज स्पष्ट करा
- प्र. क्र. ५ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा १५
- अ) विक्री विभागाचा भाग म्हणून विपणन संशोधन आयोजित करण्याचे फायदे आणि तोटे स्पष्ट करा
- ब) विपणन संशोधन संस्थांची; पक्षकार-ग्राहक आणि संशोधन व्यवसाय यांच्यासाठीची जबाबदारी स्पष्ट करा.
- क) हिंदुस्तान थॉम्पसन असोसिएट्स (HTA) आणि इंडियन मार्केट रिसर्च ब्युरो (IMRB) द्वारे दिल्या जाणाऱ्या सेवांवर विस्तृत टीप लिहा.
- प्र. क्र. ६ थोडक्यात टिप लिहा (कोणतेही चार) २०
- अ) उत्पादन संशोधन क्षेत्र(Areas)
- ब) जाहिरात संशोधन
- क) भारतीय ग्रामीण बाजारपेठांची वैशिष्ट्ये
- ड) वितरण साखळ्या/ वाहिन्यांचे प्रकार.
- ई) विक्रय वृद्धी/चालना (Promotion) चे घटक.
- फ) अंतर्गत (In-house) विपणन संशोधन विभागाचे गुण