

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 options given below. (Any Ten)****10**

1. Nike's Brand core product is shoes. But now it also sells sunglasses, basketballs and golf equipment. This is known as _____ (Brand mark, Brand Extension, Brand equity, Market segmentation)
2. _____ is not a function of packaging. (Product protection, Pricing objectives, Promotion, Product identification)
3. After the success of Test Marketing, the company introduces a new product on a large scale in the entire market is called _____ (Commercialization, Idea generation, Test marketing, Idea screening)
4. _____ among the following is not a mechanical test. (Psychogalvanometer, Tachistoscope, Camera test, Consumer Diary test)
5. Selecting style, tone, and words for making ads are part of _____. (Message Execution, Media selection, Measuring communication, Altering Communication)
6. Personal Selling works on the principle of _____ (indirect contact between salesman and buyers, contact only between salesmen, personal and direct contact between salesman and buyers, contact only between buyers)
7. _____ is a critical evaluation of the past and present sales performance of the company. (Sales Forecasting, Sales Analysis, Motivation Research, Marketing Information System)
8. Demand in rural markets depends on _____ production. (Foreign, Business, Industrial, Agricultural)
9. International Trade Policies largely affect the marketing of goods and services in _____ market. (Global, Local, Regional, Domestic).
10. _____ was established by the Vikram Sarabhai group. (IMRB, ORG, MARG, NCAER)
11. The findings of outside professional agencies are _____. (Biased, Unbiased, Prejudiced, Influenced)
12. Professional standards while conducting research have to be followed by _____. (clients, respondents, research firm, all of them)

(B) State whether the following statements are TRUE or FALSE (Any TEN)**10**

1. Brand loyalty is the intention of the buyers to make a repeated purchase of a product.
2. The objectives of the firm are external factors affecting the price of the product.
3. Product modification is one of the areas of motivation research.
4. Transportation is the component of Supply Chain Management.
5. The checklist method is a post-test method of testing advertising effectiveness.
6. In a zero-level distribution system, the goods go from the producer to the traders.

7. Sales research helps to avoid overstocking and understocking problems.
8. Global marketing research is also called domestic trade marketing research.
9. In rural Marketing Research; support of Sarpanch as opinion leader is important in collecting data.
10. When data is required continuously, it is better to conduct research with the help of the Marketing Research Department.
11. Traditional management does not give much importance to Marketing Research.
12. HTA stands for Hindustan Thompson Assurance.

Q2. Answer any two of the following 15

- a) Define Product research. Give a brief explanation on any five areas of product research.
- b) Explain the concept and importance of Packaging Research.
- c) Discuss the methods of pricing research.

Q.3. Answer any two of the following 15

- a) Discuss the various forms of Distribution channels.
- b) What is meant by promotion? Discuss various elements of promotions.
- c) Describe different methods of conducting Consumer Research.

Q. 4 Answer any two of the following 15

- a) Discuss the scope of sales research related to sales forecasting and sales analysis
- b) Explain the concept of rural marketing research. What are the sources of data in rural marketing research?
- c) Deliberate on the scope of global marketing research.

Q5. Answer any two of the following 15.

- a) Explain the merits and demerits of having an in-house marketing research department.
- b) Explain the professional standards to be followed in the conduct of marketing research.
- c) Describe the activities of any two research agencies.

Q6 Write a short note (Any four) 20

- a) Components of a brand
- b) Do's and Don'ts of Rural Marketing Research
- c) Objectives of consumer research
- d) Post test methods of testing advertising effectiveness.
- e) Internal factors affecting pricing
- f) New product development

वेळ:- 03 तास

एकूण गुण:-100

टीप:

1. सर्व प्रश्न सोडवणे बंधनकारक आहे.
2. उजव्या बाजूला दिलेले आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.

प्र.१ (अ) खालील पर्यायांमधून सर्वात योग्य उत्तर निवडा.

(10 गुण)

१. नाईक या ब्रँडचे मुख्य उत्पादन म्हणजे बूट आहे. परंतु आता ते सनग्लासेस, बास्केटबॉल आणि गोल्फ उपकरणे देखील विकते. याला _____ म्हणतात.
(ब्रँड मार्क, ब्रँड विस्तार, ब्रँड इक्विटी, मार्केट विभागणी)
२. _____ हे पॅकेजिंगचे कार्य नाही.
(उत्पादन संरक्षण, किंमत उद्दिष्टे, प्रचार, उत्पादन ओळख)
३. विपणन चाचणीच्या यशानंतर, कंपनी संपूर्ण बाजारात मोठ्या प्रमाणावर नवीन उत्पादन सादर करते, याला _____ म्हणतात.
(व्यावसायिकरण, संकल्पना निर्मिती, चाचणी विपणन, संकल्पना पडताळणी)
४. खालीलपैकी _____ हे यांत्रिक चाचणीचे प्रकार नाहीत.
(सायको गॅल्व्हनोमीटर, टॅकिस्टोस्कोप, कॅमेरा चाचणी, ग्राहक डायरी चाचणी)
५. जाहिरातींसाठी शैली, सूर आणि शब्द निवडणे हे _____ चा भाग आहे.
(संदेश कार्यान्वयन, माध्यम निवड, संवाद मापन, संवाद बदल)
६. वैयक्तिक विक्री हे _____ या तत्वावर कार्य करते.
(विक्रेता आणि ग्राहक यांच्यात अप्रत्यक्ष संपर्क, केवळ विक्रेत्यांमध्ये संपर्क, विक्रेता आणि ग्राहक यांच्यात वैयक्तिक आणि थेट संपर्क, केवळ ग्राहकांमधील संपर्क)
७. _____ ही कंपनीच्या भूतकाळ आणि वर्तमान विक्री कामगिरीचे मूल्यमापन आहे.
(विक्री अंदाज, विक्री विश्लेषण, प्रेरणा संशोधन, विपणन माहिती प्रणाली)
८. ग्रामीण बाजारातील मागणी _____ उत्पादनावर अवलंबून असते.
(परदेशी, व्यवसाय, औद्योगिक, कृषी)
९. आंतरराष्ट्रीय व्यापार धोरणे प्रामुख्याने _____ बाजारातील वस्तू आणि सेवा विपणनावर परिणाम करतात.
(जागतिक, स्थानिक, प्रादेशिक, देशांतर्गत)
१०. विक्रम साराभाई गटाने स्थापन केलेली संस्था म्हणजे _____.
(IMRB, ORG, MARG, NCAER)
११. बाह्य व्यावसायिक संस्थांचे निष्कर्ष _____ असतात.
(पक्षपाती, निःपक्षपाती, पूर्वग्रहदूषित, प्रभावित)
१२. संशोधन करताना _____ बाबतीत व्यावसायिक मानके पाळली पाहिजेत.
(ग्राहक, प्रतिसादकर्ते, संशोधन संस्था, वरील सर्व)

(ब) खालील विधाने खरी की खोटी ते नमूद करा (कोणतीही दहा).

(10 गुण)

१. ब्रँड निष्ठा म्हणजे ग्राहकांने तेच उत्पादन पुन्हा खरेदी करण्याचे उद्दिष्ट होय.
२. संस्थेची उद्दिष्टे हे उत्पादनाच्या किंमतीवर परिणाम करणारा बाह्य घटक आहे.
३. उत्पादन सुधारणा ही प्रेरणा संशोधनाचा एक भाग आहे.
४. वाहतूक हा पुरवठा साखळी व्यवस्थापनाचा घटक आहे.
५. चेकलिस्ट पद्धत ही जाहिरात प्रभावीतेची पश्चात/पोस्ट-चाचणी पद्धत आहे.

६. शून्य-स्तरीय वितरण प्रणालीमध्ये उत्पादकाकडून व्यापाऱ्यांकडे माल जातो.
७. विक्री संशोधनामुळे जादा साठा आणि कमी साठा यासारख्या समस्यांपासून बचाव होतो.
८. जागतिक विपणन संशोधनाला देशांतर्गत व्यापार विपणन संशोधन असेही म्हणतात.
९. ग्रामीण विपणन संशोधनामध्ये डेटा संकलनासाठी सरपंचाचे मतमहत्वाचे आहे.
१०. जेव्हा माहितीची सतत आवश्यक असते, तेव्हा विपणन संशोधन विभागाच्या मदतीने संशोधन करणे चांगले असते.
११. परंपरागत व्यवस्थापन विपणन संशोधनाला फारसा महत्त्व देत नाही.
१२. HTA म्हणजे हिंदुस्तान थॉम्पसन अशुरन्स.

प्र.क्र. २. खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा.

(15 गुण)

- अ) उत्पादन संशोधन म्हणजे काय? उत्पादन संशोधनाच्या कोणत्याही पाच क्षेत्रांचे संक्षिप्त स्पष्टीकरण द्या.
- ब) वेष्टनकार्य संशोधनाची संकल्पना आणि ती चे महत्त्व स्पष्ट करा.
- क) किंमत संशोधनाच्या पद्धतींबद्दल चर्चा करा.

प्र.क्र. ३. खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा.

(15 गुण)

- अ) वितरण साखळ्यांच्या विविध स्वरूपांवर चर्चा करा.
- ब) विक्रय वृद्धी(Promotion) म्हणजे काय? विक्रय वृद्धी चे विविध घटक स्पष्ट करा.
- क) ग्राहक संशोधन करण्याच्या वेगवेगळ्या पद्धतींचे वर्णन करा.

प्र.क्र. ४. खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा.

(15 गुण)

- अ) विक्री अंदाज आणि विक्री विश्लेषणाशी संबंधित विक्री संशोधनाच्या व्याप्तीवर चर्चा करा.
- ब) ग्रामीण विपणन संशोधनाची संकल्पना स्पष्ट करा. ग्रामीण विपणन संशोधनातील माहितीचे स्रोत कोणते?
- क) जागतिक विपणन संशोधनाच्या व्याप्तीवर सविस्तर चर्चा करा.

प्र.क्र. ५. खालीलपैकी कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा.

(15 गुण)

- अ) अंतर्गत विपणन (इन-हाऊस) संशोधन विभागाच्या फायद्या आणि तोट्यांचे स्पष्टीकरण द्या.
- ब) विपणन संशोधनाच्या आचारसंहितेचे पालन करण्यासाठी व्यावसायिक मानकांचे स्पष्टीकरण द्या.
- क) कोणत्याही दोन संशोधन संस्थांच्या कार्यकलापांचे वर्णन करा.

प्र.क्र. ६. थोडक्यात टिप लिहा (कोणत्याही चार)

(20 गुण)

- अ) मुद्रेचे/ब्रँडचे घटक
- ब) ग्रामीण विपणन संशोधनाचे करावे आणि करू नये अशा गोष्टी
- क) ग्राहक संशोधनाची उद्दिष्टे
- ड) जाहिरात परिणामकारकता चाचणीसाठी पोस्ट टेस्ट पद्धती-
- ई) किंमतीवर परिणाम करणारे अंतर्गत घटक
- फ) नवीन उत्पादन विकास
