

T.Y.B.Com (Sem-VI) June-2023

Marketing Research Paper - II

Time: 3 Hours

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. B2C distribution channel describes business transactions between manufacturer and _____.
a) Wholesaler b) Customer c) Target market d) Advertiser
2. Filtering the ideas to select the good ones is called as _____.
a) Idea generation b) Idea Screening c) Concept Testing d) Test Marketing
3. When certain emotional or personal qualities are associated with a particular brand, it is called as _____.
a) Brand equity b) Brand personality c) Brand image d) Brand Experience
4. The purpose of supply chain management is _____.
a) Provide customer satisfaction b) improve quality of a product
c) Integrating supply and demand management d) increase production.
5. The _____ step in developing an advertising program is to set advertising objectives.
a) First b) Second c) Third d) Last
6. _____ involves running two or more ads on a limited scale to determine which is most effective in terms of maximum inquiries for the offers made.
a) Post-test inquiry test b) Pre-test inquiry test
c) Recognition test d) Port-folio test
7. _____ is a critical evaluation of past and present sales performance of the product.
a) Sales Analysis b) Sales Forecasting c) Sales Prediction d) Market Research
8. Indian Rural Markets are growing because of _____.
a) Government support b) Changes in consumption pattern c) Growing literacy
d) All of these
9. _____ is an important factor affecting Global Marketing.
a) Exchange Rate Fluctuations b) Domestic per Capita Income
c) Changing demand of local consumers d) Government policies for local business
10. The respondent's right to be protected from psychological and physical harm is called Right to _____.
a) Privacy b) Redress c) Information d) Safety
11. In professional marketing research agencies, _____ is responsible for data collection.
a) Research Director b) Fieldwork Director c) Financial Director d) Client Officer
12. _____ is called as Think Tank in Applied Economic Research.
a) NCAER b) ORG c) HTA d) IMRB

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

10

1. Test marketing of a new product is done in a very large market.
2. A trademark is a part of the brand.
3. In Break-even pricing the firm determines the level of sales needed to recover all variable and fixed cost.

4. Personal selling is the most effective tool at later stage of buying process.
5. In co-incidental surveys, consumers are informed to record the details of advertisements they watch or read.
6. Inventory has no impact of supply chain.
7. Census Survey is one of the sources of collecting rural markets data.
8. Global Marketing Research is useful for multinational companies.
9. Market Research is a part of sales research.
10. Professional Research organizations offer only research services.
11. Nielson is a global marketing research firm.
12. The cost of conducting research by outside agency is expensive compared to maintaining a separate marketing research department.

Q2. Answer **any two** of the following 15

- a) Explain briefly any four methods of conducting product research?
- b) What are the components of a brand?
- c) Explain features of price research. Explain external factors that influence pricing.

Q.3. Answer **any two** of the following 15

- a) Explain briefly with the help of a diagram the different types of distribution channel.
- b) What does advertising research mean? Describe the scope of advertising research.
- c) What is consumer research? Explain its objectives

Q. 4 Answer **any two** of the following 15

- a) What is Sales Research? Explain its significance in an organization.
- b) What is Rural Marketing Research? Discuss do's and don'ts in Rural Marketing Research.
- c) Explain the concept and scope of Global Marketing Research

Q5. Answer **any two** of the following 15

- a) What are the issues involved in organising marketing research activities?
- b) Discuss the merits and demerits of professional marketing research agencies.
- c) Write a note on services offered by Indian Marketing Research Bureau (IMRB) and Operations Research Group (ORG)

Q6 Write a short note (**Any four**) 20

- a) Product Modification
 - b) Packaging Research
 - c) Elements of promotion
 - d) Pre-testing methods
 - e) Methods of Sales Forecasting
 - f) In-house Marketing Department
-

मराठी भाषांतर

वेळ- ३ तास

गुण-१००

- सूचना: १. सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहेत.
२. उजवीकडील अंक प्रश्नांचे गुण दर्शवितात.

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

१०

१. B2C वितरण चॅनेल; निर्माता आणि _____ यांच्यातील व्यावसायिक व्यवहारांचे वर्णन करते.
अ) घाऊक विक्रेता ब) ग्राहक क) लक्ष्य बाजार ड) जाहिरातदार
२. चांगल्या कल्पना निवडण्यासाठी कल्पना फिल्टर करणे याला _____ म्हणतात.
अ) कल्पना निर्मिती ब) कल्पनेची छाननी क) संकल्पना चाचणी ड) चाचणी विपणन
३. जेव्हा विशिष्ट भावनिक किंवा वैयक्तिक गुण एखाद्या विशिष्ट ब्रँडशी (मुद्रा) संबंधित असतात तेव्हा त्याला _____ असे म्हणतात
अ) ब्रँड इक्विटी(महती) ब) ब्रँड व्यक्तिमत्व क) ब्रँड प्रतिमा ड) ब्रँड अनुभव
४. पुरवठा साखळी व्यवस्थापनाचा उद्देश _____ आहे.
अ) ग्राहकांचे समाधान ब) उत्पादनाची गुणवत्ता सुधारणे
क) पुरवठा आणि मागणी व्यवस्थापनाचे एकत्रीकरण करणे ड) उत्पादन वाढवणे.
५. जाहिरात कार्यक्रम विकसित करण्याची _____ पायरी म्हणजे जाहिरात उद्दिष्टे निश्चित करणे.
अ) पहिली ब) दुसरी क) तिसरी ड) शेवटची
६. जाहीर केलेल्या योजनेची चौकशी किती लोकांनी केली; या आधारे जाहिरातीची परिणामकता अभ्यासण्यासाठी मर्यादित प्रमाणात एकाच वेळी दोन किंवा अधिक जाहिरात सादर करणे असे _____ अंतर्गत केले जाते.
अ) चाचणी नंतरची चौकशी चाचणी ब) पूर्व चाचणी चौकशी चाचणी
क) ओळख चाचणी ड) पोर्ट-फोलिओ चाचणी
७. _____ हे उत्पादनाच्या भूतकाळातील आणि वर्तमान विक्री कार्यक्षमतेचे गंभीर मूल्यांकन आहे.
अ) विक्री विश्लेषण ब) विक्री अंदाज क) विक्री अंदाज ड) बाजार संशोधन
८. _____ मुळे भारतीय ग्रामीण बाजार वाढत आहेत.
अ) सरकारी मदत ब) उपभोग पद्धतीत बदल क) वाढती साक्षरता ड) हे सर्व
९. _____ हा जागतिक विपणन प्रभावित करणारा एक महत्वाचा घटक आहे.
अ) विनिमय दर चढउतार ब) देशांतर्गत दरडोई उत्पन्न
क) स्थानिक ग्राहकांची बदलती मागणी ड) स्थानिक व्यवसायासाठी सरकारी धोरणे
१०. प्रतिसाददात्याच्या मानसिक आणि शारीरिक हानीपासून संरक्षण करण्याच्या अधिकाराला _____ अधिकार म्हणतात.
अ) गोपनीयता ब) निवारण क) माहिती ड) सुरक्षा

११. व्यावसायिक विपणन संशोधन संस्थांमध्ये, माहिती गोळा करण्याची जबाबदारी _____ यांची असते
अ) संशोधन संचालक ब) फील्डवर्क संचालक क) आर्थिक संचालक ड) ग्राहक अधिकारी
१२. _____ ला उपयोजित (applied) आर्थिक संशोधनात थिंक टँक म्हणतात.
अ) NCAER ब) ORG क) HTA ड) IMRB

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

१०

१. नवीन उत्पादनाची चाचणी मोठ्या बाजारपेठेत केली जाते.
२. ट्रेडमार्क हा ब्रँडचा एक भाग आहे.
३. ब्रेक-इव्हन (नफा-तोटा बिंदु) किंमती अंतर्गत; संस्था सर्व चल आणि स्थिर खर्च वसूल करण्यासाठी आवश्यक असलेल्या विक्रीची पातळी निर्धारित करते.
४. खरेदी प्रक्रियेत नंतरच्या टप्प्यावर वैयक्तिक विक्री हे सर्वात प्रभावी साधन आहे.
५. योगायोग/प्रासंगिक सर्वेक्षणात, ग्राहकांना ते पाहतात किंवा वाचत असलेल्या जाहिरातींचे तपशील नोंद करण्यास सांगितले जाते.
६. माल साठ्यावर पुरवठा साखळी चा कोणताही परिणाम होत नाही.
७. जनगणना सर्वेक्षण हे ग्रामीण बाजारपेठेची माहिती गोळा करण्याचा एक स्रोत आहे.
८. जागतिक विपणन संशोधन बहुराष्ट्रीय कंपन्यांसाठी उपयुक्त आहे.
९. बाजारपेठ संशोधन हा विक्री संशोधनाचा एक भाग आहे.
१०. व्यावसायिक संशोधन संस्था फक्त संशोधन सेवा देतात.
११. निल्सन ही जागतिक विपणन संशोधन संस्था आहे.
१२. बाहेरील एजन्सीद्वारे संशोधन आयोजित करण्याचा खर्च वेगळा (स्वतंत्र) विपणन संशोधन विभाग राखण्याच्या तुलनेत महाग आहे.

प्र.क्र.२ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या

१५

- अ) उत्पादन संशोधन करण्याच्या चार पद्धती थोडक्यात सांगा?
- ब) ब्रँडचे (मुद्रा) वेगवेगळे घटक कोणते आहेत ते सांगा.
- क) किंमत संशोधनाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. किंमतीवर परिणाम करणारे बाह्य घटक स्पष्ट करा.

प्र.क्र.३ खालील पैकी कोणत्याही दोनच प्रश्नांची उत्तरे द्या

१५

- अ) आकृतीच्या मदतीने वितरण साखळ्यांचे विविध प्रकार थोडक्यात स्पष्ट करा
- ब) जाहिरात संशोधन म्हणजे काय? जाहिरात संशोधनाच्या व्याप्तीचे वर्णन करा.
- क) ग्राहक संशोधन म्हणजे काय? त्याची उद्दिष्टे स्पष्ट करा

प्र.क्र.४ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या

१५

- अ) विक्री संशोधन म्हणजे काय? व्यवसाय संस्थेच्या दृष्टीने त्याचे महत्त्व स्पष्ट करा.
- ब) ग्रामीण विपणन संशोधन म्हणजे काय? ग्रामीण विपणन संशोधन करतांना; काय करावे आणि काय करू नये याविषयी चर्चा करा
- क) जागतिक विपणन संशोधनाची संकल्पना आणि व्याप्ती स्पष्ट करा

प्र.क्र.५ खालील पैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या

१५

- अ) विपणन संशोधन कार्याचे संघटन करताना कोणत्या समस्यांचा जाणवतात.
- ब) व्यावसायिक विपणन संशोधन संस्थांचे (Professional) गुण आणि दोष यांची चर्चा करा.
- क) इंडियन मार्केटिंग रिसर्च ब्युरो (IMRB) आणि ऑपरेशन्स रिसर्च ग्रुप (ORG) द्वारे दिल्या जाणाऱ्या सेवांवर विस्तृत टीप लिहा

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

२०

- अ) उत्पादन बदल
 - ब) पॅकेजिंग/संवेष्टन संशोधन
 - क) विक्रय वृद्धी योजनेचे (Promotion) घटक
 - ड) पूर्व-चाचणी पद्धती
 - ई) विक्री अंदाज पद्धती
 - फ) अंतर्गत विपणन संशोधन विभाग (In-house)
-