

*This question paper contains 8 printed pages.]*

**2123**

Your Roll No. ....

**M.Com. / II**

**A**

**Course : 362-MARKETING RESEARCH**

**(Admissions of 2008 and before)**

**Time : 3 Hours**

**Maximum Marks : 75**

*(Write your Roll No. on the top immediately  
on receipt of this question paper.)*

**Note :** *The maximum marks printed on the question paper are applicable for the candidates registered with the School of Open Learning. These marks will however, be scaled down proportionately in respect of the students of regular colleges, at the time of posting of awards for compilation of result.*

**टिप्पणी:** प्रश्न-पत्र पर अंकित पूर्णांक 'स्कूल ऑफ ओपन लर्निंग' में प्रवेश प्राप्त छात्रों के लिए मान्य है। नियमित विद्यार्थियों के लिए इन अंकों का समानुपातिक पुनर्निर्धारण परीक्षाफल तैयार करते समय किया जाएगा।

[P.T.O.]

*Note : Answers may be written either in English or in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.*

*टिप्पणी : इस प्रश्नपत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।*

*Attempt all questions. All questions carry equal marks.*

*All parts of a question must be attempted in sequence.*

*Please be careful of the choice of 'AND'; 'OR'. Attempt of a wrong choice will result in zero marks.*

*सभी प्रश्न कीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।*

*प्रश्न के सभी भागों के उत्तर क्रम से दीजिए। विकल्प 'AND'; 'OR' के चयन में सावधानी बरतें। गलत चयन करने के परिणाम में शून्य अंक मिलेंगे।*

1. (a) What is Marketing Information System (MIS)? What is the role of marketing research in the MIS? 7.5

**And**

- (b) What are the different types of research designs? Describe the distinguishing features of descriptive research. 7.5

**Or**

- (c) Are there any ethical issues involved in conducting marketing research? Briefly explain with the help of suitable examples. 7.5

**And**

(d) Describe briefly various steps in marketing research process. 7.5

(क) विपणन सूचना पद्धति (MIS) क्या है? MIS में विपणन अनुसंधान की भूमिका क्या है?

**और**

(ख) विभिन्न प्रकार के अनुसंधान डिजाइन क्या हैं? व्याख्यात्मक अनुसंधान की विभेदक विशेषताओं का वर्णन कीजिए।

**अथवा**

(ग) क्या विपणन अनुसंधान के संचालन में कोई नैतिक मुद्दे सन्निहित हैं? उपयुक्त उदाहरणों की मदद से संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

**और**

(घ) विपणन अनुसंधान प्रक्रिया से संबंधित विभिन्न चरणों का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

2. (a) Write a note on factor analysis. 5

**And**

(b) Why do researchers collect primary data? What are the methods of collecting primary data? 10

**Or**

(c) Do we need to define the marketing research problem? What kind of errors could be committed

in defining the problem? What could be their impact on the research? 7.5

**And**

- (d) Explain briefly the objectives of data preparation process. What steps would you require to take in this process? 7.5

(क) उपादान विश्लेषण पर टिप्पणी लिखिए।

**और**

- (ख) क्या कारण है कि अनुसंधाता प्राथमिक आंकड़ों को इकट्ठा करते हैं? प्राथमिक आंकड़ों के संग्रह करने की विधियाँ क्या हैं?

**अथवा**

- (ग) क्या विपणन अनुसंधान समस्या को परिभाषित करने की जरूरत होती है? समस्या को परिभाषित करने में होने वाली त्रुटियाँ कौनसी हैं? अनुसंधान पर उनका क्या प्रभाव हो सकता है?

**और**

- (घ) आंकड़ा तैयार करने की प्रक्रिया के उद्देश्यों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। इस प्रक्रिया में आपको कौन से कदम उठाने की जरूरत होगी?

3. (a) Critically examine the snow ball technique of selecting respondents for collecting data. 7.5

**And**

- (b) Write a note on comparative scaling techniques. In what circumstances can we use these techniques? 7.5

**Or**

- (c) Distinguish between cluster sampling and quota sampling. What factors must you keep in mind while deciding whether to use non-probability or probability sampling techniques? 7.5

**And**

- (d) What is a questionnaire? Does the method of conducting a survey influence questionnaire design? Please explain with the help of suitable examples. 7.5

- (क) आंकड़ों के संग्रह करने के लिए प्रत्यर्थियों के चयन की स्नो बॉल तकनीक की आलोचनात्मक जांच कीजिए।

**और**

- (ख) तुलनात्मक अनुमापन तकनीकों पर टिप्पणी लिखिए। किन परिस्थितियों में हम इन तकनीकों का प्रयोग कर सकते हैं?

**अथवा**

- (ग) समूह प्रतिचयन और कोटा प्रतिचयन में अंतर बताइए। अप्रायिकता अथवा प्रायिकता प्रतिचयन तकनीकों का प्रयोग किया जाए, इसको तय करते समय किन कारकों को ध्यान में रखना चाहिए?

और

- (घ) प्रश्नावली क्या होती है? क्या सर्वेक्षण करने की विधि का प्रश्नावली के डिजाइन पर प्रभाव पड़ता है? उपयुक्त उदाहरणों की मदद से व्याख्या कीजिए।

4. (a) Describe the sampling design process. What factors must be considered in determining the sample for a research study? 7.5

And

- (b) How would you overcome inability to answer questions in a questionnaire? What is the procedure for hypothesis testing? 7.5

Or

- (c) What do you understand by data cleaning? How would you treat missing responses? 5

And

- (d) What are the potential sources of error in formulating a research design? Distinguish between random sampling error and non-sampling error. 10

- (क) प्रतिचयन डिजाइन प्रक्रिया का वर्णन कीजिए। अनुसंधानात्मक अध्ययन के लिए प्रतिचयन के निर्धारण में किन कारकों को ध्यान में रखना चाहिए?

और

- (ख) प्रश्नावली में प्रश्नों का उत्तर न दे पाने की समस्या का निराकरण आप कैसे करेंगे ? परिकल्पना जाँच की प्रविधि क्यों है ?

अथवा

- (ग) आंकड़ा निर्मलन से आप क्या समझते हैं ? लुप्त अनुक्रियाओं का उपचार आप कैसे करेंगे ?

और

- (घ) अनुसंधान डिज़ाइन के सूत्रण में त्रुटि के शक्तिशाली स्रोत क्या हैं ? यादृच्छिक प्रतिचयन-त्रुटि और अप्रतिचयन त्रुटि में अंतर बताइए।

5. (a) Distinguish between *t*-test and *z*-test. 5

And

- (b) What is advertising research related to? How does trace analysis help you in determining advertising effectiveness? In what circumstances could it be used as an effective measure? 10

Or

- (c) What do you understand by sales analysis? Briefly explain the criteria that may be used for conducting a sales analysis. 10

And

(d) What factors must you keep in mind while writing a research report? 5

(क) 1-परीक्षण और 2- परीक्षण में अंतर बताइए।

और

(ख) विज्ञापन अनुसंधान का संबंध किससे है? अनुरेखण विश्लेषण किस प्रकार विज्ञापन की प्रभाविता का निर्धारण करने में मदद देता है? किन परिस्थितियों में इसे एक प्रभावी उपाय के रूप में प्रयोग में लिया जा सकता है?

अथवा

(ग) विक्रय विश्लेषण से आप क्या समझते हैं? विक्रय विश्लेषण का संचालन करने के लिए जिन निकषों का प्रयोग किया जा सकता है, उनकी संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

और

(घ) अनुसंधान रिपोर्ट लिखते समय आपको किन कारकों को ध्यान में रखना चाहिए?