

Q.P.Code: 32521**[Time: 2½ Hours]****[Marks: 75]****NB:**

1. ALL QUESTIONS ARE COMPULSORY
2. FIGURES ON RIGHT SIDE INDICATE FULL MARKS.

- Q1. Answer the following questions (any two) 15
- (a) Explain the scope of Product Research?
 - (b) Briefly describe any four methods of Pricing.
 - (c) Explain types of Sales Promotion tools. What are the uses of Sales Promotion Research?
- Q2. Answer the following questions (any two) 15
- (a) What are the benefits of Consumer Research?
 - (b) What are the areas of Sales Research?
 - (c) Explain the factors that affect the growth of rural markets.
- Q3. Answer the following questions (any two) 15
- (a) What are the issues in organizing Marketing Research?
 - (b) What are the ethical issues relating to respondents, clients, and research firms?
 - (c) Evaluate organization of Marketing Research activities as a part of Sales department.
- Q4. Answer the following questions (any two) 15
- (a) Explain in brief online Marketing Research.
 - (b) Explain the scope of Industrial Marketing Research?
 - (c) Explain the functions of Financial Market Research?
- Q5. (A) Rewrite the following statements with appropriate option 5
- (a) Product Research is a study of aspects involved in making and _____ a product.
(selling/manufacturing/marketing/packaging)
 - (b) B2B distribution channel describes business transactions between manufacturer and _____.
(wholesaler/ customer/ target market/ advertiser)
 - (c) Professional agencies are unsuitable for _____ types of problem.
(complex/ specialised/ routine/ none of the above)
 - (d) _____ provides both Urban and Rural Market Index.
(HTA/ ORG/ IMRB/ NCAER)
 - (e) _____ market is used to finance huge projects and long term investment.
(Capital/ International/ Domestic/ Interbank)
- Q5. (B) State whether the following statements are TRUE or FALSE. 5
- (a) Brand Research is avoided when brand loses its image.
 - (b) Creation of Marketing Research department helps in maintaining secrecy of future marketing plans.
 - (c) Product is a bundle of tangible and intangible attributes.
 - (d) Industrial Marketing Research is undertaken less frequently as compared to Consumer Marketing Research.
 - (e) Motivation Research is a branch of Media Research.

Turn Over

Q.P.Code: 32521**5****Q5. (C) Match the following****Group A**

- (a) Financial Market Research
- (b) Online Marketing Research
- (c) MARG
- (d) Consumer Research
- (e) Advertising Research

Group B

- (i) E-questionnaire
- (ii) Demographic data
- (iii) Effective communication
- (iv) Right investments
- (v) Professional agency
- (vi) Rural Market

Turn Over

Q.P.Code: 32521

3

(मराठी रुपांतर)

(२½ तास)

(एकूण गुण: ७५)

- सूचना : १. सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.
२. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहे.
३. इंग्रजी भाषेतील प्रश्न पत्रिका प्रमाण आहेत.

१. खालील पैकी कोणतेही दोन प्रश्नांचे उत्तरे द्या. १५
- अ) वस्तू संशोधनाची व्याप्ती स्पष्ट करा.
ब) किंमत निश्चितीच्या कोणत्याही चार पद्धती स्पष्ट करा.
क) विक्री वृद्धीचे तंत्रे कोणती? विक्री वृद्धी संशोधनाचा उपयोग सांगा.
२. खालील पैकी कोणतेही दोन प्रश्नांचे उत्तरे द्या. १५
- अ) ग्राहक संशोधनाचे फायदे सांगा.
ब) विक्री संशोधनाची व्याप्ती स्पष्ट करा.
क) ग्रामिण बाजारपेठा विकासावर परिणाम करणारे घटक स्पष्ट करा.
३. खालील पैकी कोणतेही दोन प्रश्नांचे उत्तरे द्या. १५
- अ) संघटीत विपणन संशोधनाच्या समस्या कोणत्या?
ब) उत्तरदाते, अशिल व संशोधन संस्था यांचे संदर्भातील नैतिकता कोणत्या ते सांगा.
क) विक्री विभागातील एक भाग म्हणून विपणन संशोधन संघटनेचे मुख्यमार्ग करा.
४. खालील पैकी कोणतेही दोन प्रश्नांचे उत्तरे द्या. १५
- अ) ऑनलाईन विपणन संशोधनावर चर्चा करा.
ब) औद्योगिक विपणन संशोधनाची व्याप्ती स्पष्ट करा.
क) वित्तीय विपणी संशोधनाचे कार्ये स्पष्ट करा.
५. अ) आपणास दिलेल्या पर्यायांमधून योग्य पर्यायाची निवड करून वाक्ये पुन्हा लिहा. ०५
- अ) वस्तू संशोधनामध्ये _____ वस्तू आणि निर्मिती यांच्या अभ्यास केला जातो.
(विक्री, उत्पादन, विपणन, बांधणी)
ब) बी २ बी वितरण साखळी मध्ये उत्पादन व _____ यांच्या मध्ये व्यावसायिक देवाण घेवाण होते.
(घाऊक व्यापारी, ग्राहक, लक्ष्य विपणी, जाहिरातदार)
क) व्यावसायिक संस्था _____ प्रकारच्या समस्यासाठी उपयुक्त नाहीत.
(जटिल, विशेषीकरण, नियमित, यापैकी नाहीत)
ड) _____ संस्था ही दोन्ही शहरी व ग्रामिण विपणन इंडेक्स देतात.
(एच. टी. ए, ओआरजी, आय एम आरबी, एन्.सी.ए.ई.आर)
ई) _____ बाजारपेठे मुळे मोठ्या प्रकल्पाकरीता दीर्घकालीन गुंतवणूकीसाठी वित्तीय पुरवठा केला जातो.
(भांडवल, आंतरराष्ट्रीय, देशिय, अंतरबँक)

Turn Over

ब) पुढील विधाने सत्य की असत्य सांगा.

०५

- अ) जेव्हा बोधचिन्ह प्रतिमा कमी होते तेव्हा बोधचिन्ह संशोधन केले जात नाहीत.
- ब) भविष्यकालीन विपणन योजनाबाबत विपणन संशोधन विभाग गोपनीयता पाळते.
- क) वस्तू म्हणजे दृश्य व अदृश्य गुणधर्मांचा संच होय.
- ड) औद्योगिक विपणन संशोधन हे ग्राहक विपणन संशोधना पेक्षा कमी प्रमाणात होते.
- ई) अभिप्रेरण संशोधन हे माध्यम संशोधनाची शाखा आहे.

क) जोड्या लावा व पुन्हा लिहा.

०५

- | अ गट | ब गट |
|-------------------------|-----------------------|
| अ) वित्तीय विपणी संशोधन | १) ई-प्रश्नावली |
| ब) ऑनलाईन विपणन संशोधन | २) लोकसंख्याची तथ्ये |
| क) एम. ए. आर. जी | ३) कार्यक्षम संदेशवहन |
| ड) ग्राहक संशोधन | ४) योग्य गुंतवणूक |
| ई) जाहिरात संशोधन | ५) व्यावसायिक संस्था |
| | ६) ग्रामिण विपणी |