

Total Pages : 12

**AB-235413**

**M.Com. (Semester-IV) Examination, June-2025**

**(Backlog)**

**MARKETING RESEARCH**

*Time Allowed : Three Hours*

*Maximum Marks : 70*

**Note :** Question paper is divided into **four** sections. Attempt questions of **all four** sections as per direction. Distribution of marks is given in each section.

प्रश्न-पत्र चार खण्डों में विभक्त है। सभी चार खण्डों के प्रश्नों के उत्तर निर्देशानुसार दीजिए। अंकों का विभाजन प्रत्येक खण्ड में दिया गया है।

**SECTION-A / खण्ड-अ**

**( Objective Type Questions )**

**( वस्तुनिष्ठ प्रश्न )**

**AB-235413/430**

**( 1 )**

**[P.T.O.]**

Note : Attempt any ten questions. Each question carries 1 mark.  
[10×1=10]

किन्हीं दस प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है।

1. (A) Fill in the blanks :

रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए :

- (i) Marketing research helps in understanding \_\_\_\_ preferences, market trends, and competitors' strategies.

विपणन अनुसंधान ..... प्राथमिकताओं, बाज़ार रुझान और प्रतिस्पर्धियों की रणनीतियों को समझने में मदद करता है।

- (ii) The first step in marketing research is \_\_\_\_ the problem.

विपणन अनुसंधान में पहला कदम ..... समस्या है।

- (iii) Defining the universe helps in determining the \_\_\_\_ for data collection.

समग्र को परिभाषित करने से डेटा संग्रह के लिए ..... निर्धारित करने में मदद मिलती है।

- (iv) Univariate analysis helps in understanding the \_\_\_\_ of a single variable.

एक चर विश्लेषण एक एकल चर के ..... को समझने में मदद करता है।

- (v) New product research involves gathering data to assess \_\_\_\_ for a product.

नए उत्पाद अनुसंधान में किसी उत्पाद के लिए ..... का आकलन करने के लिए डेटा एकत्र करना शामिल है।

(B) Choose the Correct Alternative :

सही विकल्प चुनिए :

- (vi) What does marketing research help with?

- (a) Reducing customer satisfaction  
(b) Increasing marketing expenses  
(c) Identifying market opportunities  
(d) Ignoring competitor strategies

विपणन अनुसंधान किसमें सहायता करता है?

- (a) ग्राहक संतुष्टि को कम करना  
(b) विपणन खर्चों में वृद्धि

- (c) बाजार अवसरों की पहचान करना  
(d) प्रतिस्पर्धी रणनीतियों की अनदेखी करना
- (vii) Why is defining the sample important in research?
- (a) To increase costs  
(b) To exclude potential customers  
(c) To ensure representative data  
(d) To limit data collection
- शोध में नमूना परिभाषित करना क्यों महत्वपूर्ण है?
- (a) लागत बढ़ाने के लिए  
(b) संभावित ग्राहकों को बाहर करने के लिए  
(c) प्रतिनिधि डेटा सुनिश्चित करने के लिए  
(d) डेटा संग्रह को सीमित करने के लिए
- (viii) What is the primary purpose of MIS?
- (a) To increase data complexity  
(b) To decrease decision-making efficiency  
(c) To provide timely and relevant information  
(d) To limit access to information

AB-235413/430

( 4 )

एमआईएस का प्राथमिक उद्देश्य क्या है?

- (a) डेटा जटिलता को बढ़ाना  
(b) निर्णय लेने की दक्षता को कम करना  
(c) समय पर और प्रासंगिक जानकारी प्रदान करना  
(d) सूचना तक पहुँच को सीमित करना
- (ix) What is a common method of data collection?
- (a) Guesswork  
(b) Surveys  
(c) Ignoring data  
(d) Speculation
- डेटा संग्रह का एक सामान्य तरीका क्या है?
- (a) अनुमान  
(b) सर्वेक्षण  
(c) डेटा की अनदेखी करना  
(d) अटकलें

AB-235413/430

( 5 )

[P.T.O.]

(x) Why is sales research important for businesses?

- (a) To increase production
- (b) To understand market demand
- (c) To ignore customer feedback
- (d) To limit product variety

व्यवसायों के लिए विक्री अनुसंधान क्यों महत्वपूर्ण है?

- (a) उत्पादन बढ़ाने के लिए
- (b) बाजार की मांग को समझने के लिए
- (c) ग्राहक प्रतिक्रिया को अनदेखा करने के लिए
- (d) उत्पाद की विविधता को सीमित करने के लिए

(C) True/False based questions :

सत्य/असत्य आधारित प्रश्न :

- (xi) Report preparation involves organizing and presenting data.

रिपोर्ट तैयार करने में डेटा को व्यवस्थित करना और प्रस्तुत करना शामिल है।

AB-235413/430 ( 6 )

(xii) A larger sample size always guarantees more accurate results.

बड़ा नमूना आकार हमेशा अधिक सटीक परिणाम की गारंटी देता है।

#### SECTION-B / खण्ड-ब

( Very Short Answer Type Questions )

( अति लघु उत्तरीय प्रश्न )

**Note:** Attempt any five questions. Each question carries 2 marks. (Word limit : 25-30 words) [5×2=10]

किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 2 अंकों का है।  
(शब्द सीमा : 25 से 30 शब्द)

2. (i) Define marketing research.

विपणन अनुसंधान को परिभाषित कीजिए।

(ii) Explain problem identification.

समस्या की पहचान समझाइए।

(iii) What is the second step of research?

अनुसंधान का दूसरा चरण क्या है?

AB-235413/430 ( 7 )

[P.T.O.]

- (iv) Define sample.  
नमूना परिभाषित कीजिए।
- (v) Explain universe.  
समग्र की व्याख्या कीजिए।
- (vi) Explain sample size.  
नमूना आकार की व्याख्या कीजिए।
- (vii) Explain data analysis.  
समंक विश्लेषण को समझाइए।

#### SECTION-C / खण्ड-स

##### ( Short Answer Type Questions )

( लघु उत्तरीय प्रश्न )

**Note:** Attempt any five questions. Each question carries 4 marks. (Word limit : 250 words) [5×4=20]

किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 4 अंकों का है।  
(शब्द सीमा : 250 शब्द)

3. (i) How does a marketing research proposal benefit businesses?  
विपणन अनुसंधान प्रस्ताव व्यवसायों को कैसे लाभ पहुँचाता है?

AB-235413/430

( 8 )

- (ii) What factors influence determining information needs?  
सूचना की आवश्यकताओं के निर्धारण में कौन-से कारक प्रभाव डालते हैं?
- (iii) What defines the nature of marketing research?  
विपणन अनुसंधान की प्रकृति क्या निर्धारित करती है?
- (iv) How does research reliability affect data accuracy?  
शोध विश्वसनीयता समंक सटीकता को कैसे प्रभावित करती है?
- (v) Why is research validity essential in data analysis?  
समंक विश्लेषण में अनुसंधान वैधता क्यों आवश्यक है?
- (vi) What does multivariate data analysis involve?  
बहुचरित्र समंक (मल्टीवेरिएट डेटा) विश्लेषण में क्या शामिल है?
- (vii) How does data editing improve data quality?  
समंक संपादन से समंकों की गुणवत्ता में सुधार कैसे होता है?

AB-235413/430

( 9 )

[P.T.O.]

**SECTION-D / खण्ड-द**

**( Long Answer Type Questions )**

**( दीर्घ उत्तरीय प्रश्न )**

**Note:** Attempt any three questions. Each question carries 10 marks.(Word limit : 500 words) [3×10=30]

किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 10 अंकों का है।  
(शब्द सीमा : 500 शब्द)

4. (i) How does the method of conducting marketing research impact data accuracy?

विपणन अनुसंधान करने की विधि समंक की सटीकता को कैसे प्रभावित करती है?

- (ii) What steps are involved in report preparation, presentation, and follow-up in marketing research?

विपणन अनुसंधान में रिपोर्ट तैयार करने, प्रस्तुतीकरण और अनुवर्ती कार्यवाई में कौन-कौन से चरण शामिल होते हैं?

AB-235413/430 ( 10 )

- (iii) What are the major challenges faced in conducting marketing research in India?

भारत में विपणन अनुसंधान करने में किन प्रमुख चुनौतियों का सामना करना पड़ता है?

- (iv) What are common ethical issues faced in marketing research?

विपणन अनुसंधान में आमतौर पर कौन से नैतिक मुद्दे सामने आते हैं?

—x—

AB-235413/430 ( 11 )