

**AH-1571-CV-19-S**  
**M.Com. (Final)**  
**Term End Examination, 2019-20**  
**MARKETING RESEARCH**  
**Paper-V**

**Time : Three Hours]**

**[Maximum Marks : 100**

**नोट : सभी पांच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।**

**Note : Answer any five Question. All Question carry equal marks.**

1. विपणन शोध से आप क्या समझते हैं ? विपणन शोध की प्रकृति और क्षेत्र को बताइए ?  
**What do you understand by marketing research? Highlight the nature and scope of marketing research?**
2. विपणन सूचना विधि के विभिन्न स्रोतों का उल्लेख कीजिए ? आप विपणन सूचना विधि और विपणन शोध में अंतर किस प्रकार करेंगे ?  
**Discuss the various sources of marketing information system. How would you differentiate between marketing information system and market research?**
3. शोध समस्या की परिभाषा और तैयारी का वर्णन कीजिए ? उसमें क्या सम्मिलित किया जाता है ?  
**Define and discuss formulation of the research problem. What does it involve.**
4. विभिन्न प्रकार के शोध डिजाइन (अभिकल्प) कौन से हैं ? और प्रत्येक का मूलभूत उद्देश्य क्या है ?  
**What are the different types of research design and what is basic purpose of each.**
5. प्राथमिक एवं द्वितीयक आंकड़े क्या हैं उदाहरण दीजिए ? द्वितीयक आंकड़े प्रयोग करते समय क्या सावधानी बरतनी चाहिए ?  
**What is primary and secondary data give example. What precaution should be taken while using secondary data.**
6. अनुसूची क्या है ? उसका गुण, दोष व सीमाएं बताइए ?  
**What is schedule? Explain its nature and characteristics?**
7. प्रतिदर्शन क्या है ? इसके प्रमुख कदम या प्रक्रिया का वर्णन कीजिए ?  
**What is sampling explain its main steps or process?**
8. आंकड़ों के विश्लेषण की विधियों को संक्षेप में समझाइए ?  
**Explain in brief the methods of analysis of data?**
9. विपणन शोध प्रतिवेदन को लिखने के लिए साधारण तौर पर प्रयोग किए जाने वाले ढांचे का उल्लेख कीजिए ?  
**Describe a commonly used format for writing marketing research report?**
10. भारत में विपणन शोध क्या है ? इसकी धीमी गति के कारण व भविष्य की विवेचना कीजिए ?  
**What is marketing research in India? Discuss the cause of slow progress and future of marketing research in India?**