

I) A) मार्केटींग संशोधन की प्रक्रिया समझाओ (2)

A) मार्केटींग का ^{प्र} नीति मुद्दा समझाओ (4)

B) डूकना क्या है (उत्तर दें)

i) समस्या क्या है?

ii) पूर्वधारणा क्या है?

iii) मार्केटींग संयोजना में मार्केटींग संशोधन की भूमिका समझाओ (3)

C) और-ले वाक्यों का क्या है

i) मार्केटींग की व्याख्या

ii) मार्केटींग संशोधन की व्याख्या

iii) नीतिशास्त्र की व्याख्या

II) A) शोध संशोधन की अर्थ और अवधारणा समझाओ (2)

A) प्रथम संशोधन की अर्थ और अवधारणा समझाओ (4)

B) डूकना क्या है (उत्तर दें)

i) नीति संशोधन की अर्थ समझाओ

ii) प्रथम संशोधन की अर्थ समझाओ

iii) जीवन संशोधन की शुरु प्रक्रिया क्या है? (3)

C) निम्न समझाओ:

i) फंडिंग और फंडिंग

ii) प्रथम और लाभ

iii) जीवन और प्रथम

III) A) मार्केटींग संशोधन प्रक्रिया की अवस्था समझाओ (2)

A) मापन स्केल समझाओ

B) डूकना क्या है (उत्तर दें) (4)

i) सार संशोधन प्रक्रिया की मापन समझाओ

III) B) ii) भारत मातृश्री संशोधन रिपोर्ट का मापदंड जगावी

iii) संशोधन रिपोर्ट का महत्व जगावी (3)

IV) C) कौन-से वाक्यों का जवाब लो। शोधकोश रीसर्च रिपोर्ट को रूँ ?

- i) मित्र स्कोल को रूँ ?
- ii) साधक (कोमल) संशोधन रिपोर्ट को रूँ ?

IV) A) सैम्पलिंग प्रक्रिया का लक्ष्य साधनी (2)

A) लक्ष्य संशोधन रिपोर्ट का प्रकार (लक्ष्य) साधनी (4)

B) कौन-से वाक्यों का जवाब लो। (कौन-से)।
i) रीसर्च रिपोर्ट का प्रकार जगावी

- ii) रीसर्च (संशोधन) रिपोर्ट का लक्षण मापदंड जगावी
- iii) सैम्पलिंग प्रक्रिया का प्रकार जगावी

C) कौन-से वाक्यों का जवाब लो।
i) संभावना सैम्पलिंग का उपयोग कब करवाना आवे ? (3)

- ii) सैम्पलिंग को रूँ ?
- iii) मातृश्री संशोधन रिपोर्ट को रूँ ?

V) कौन-से वाक्यों का जवाब लो। (कौन-से सात) (14)

i) मातृश्री संग्रह को रूँ ?

- ii) कौन-से प्रकार के मातृश्री संग्रह करवाना आवे ?
- iii) कौन-से सैम्पलिंग को रूँ ?
- iv) सगव सैम्पलिंग को रूँ ?
- v) रीसर्च स्कोल को रूँ ?
- vi) नैमिकल स्कोल को रूँ ?
- vii) एडरवल स्कोल को रूँ ?
- viii) वर्गनात्मक संशोधन रिपोर्ट को रूँ ?
- ix) प्रेरक संशोधन को रूँ ?
- x) मित्रीय संशोधन को रूँ ?

I) A) Explain the process of Marketing Research. (7)

OR

A) Explain ethical issues in marketing research (4)

B) Answer briefly (Any two)

i) What is Problem Formulation?

ii) What is Hypothesis?

iii) State the role of marketing research in Marketing Management (3)

C) Answer in one-two sentences only

i) Define Marketing

ii) Define Marketing Research

iii) Define Ethics

II) A) Explain the meaning and scope of Consumer Research (7)

A) Explain the meaning and scope of Product Research (4)

B) Answer briefly: (Any two)

i) State the functions of media research

ii) State the ~~uses~~ uses of motivational research

iii) What should be tested in Advertising research? (3)

C) Distinguish between:

i) Customer and Consumer

ii) Product and Brand

iii) Advertising and Publicity

III) A) Explain the elements of Marketing Research Proposal (7)

A) Explain ~~scales~~ Scales of Measurement (P.T.O)

- (B) Answer briefly (Any two)
 - (i) State criteria of good research design
 - (ii) State criteria of good measurement of marketing research.
 - (iii) State the importance of research design

(4)

- (C) Answer in one-two sentences only
 - (i) What is Exploratory Research Design
 - (ii) What is Likert's scale?
 - (iii) What is Causal Research Design

(3)

IV) Explain the steps of sampling process

(2)

- A) Give the ^{OR} Format of a Market Research Report
- (B) Answer briefly (Any two)
 - (i) State the types of research report
 - (ii) State the writing criteria of research report
 - (iii) State the types of sampling plans.

(4)

- (C) Answer in one-two sentences only
 - (i) When is Probability Sampling used?
 - (ii) What is Sampling?
 - (iii) What is Marketing Research Report?

(3)

- V) Answer briefly (Any seven)
 - (i) What is Data collection?
 - (ii) How many types of data can be collected?
 - (iii) What is Random Sampling?
 - (iv) What is Convenience Sampling?
 - (v) What is Ratio Scale?
 - (vi) What is Nominal scale?
 - (vii) What is Interval scale.
 - (viii) What is Descriptive Research Design?
 - (ix) What is Motivational Research?
 - (x) What is Media Research?

(14)