Marketing Group
Course Code: 6BBA5
Course: Marketing research
Credit: 4
Last Submission Date: April 30 (for July session)
October 31, (for January Session)

Max. Marks:-30
Min. Marks:-10

Note:-attempt all questions.

1   Write a short note on :

(a) Extraneous variable वाह्य चर

(b) ANOVA , नोवा

2.   Write in brief:

(c) Exploratory research खोजपूर्ण शोध

(d) Unstructured questionnaire असंरचित प्रश्नावली

Explain in detail:

(e) Sources of Secondary Data द्वितीय डाटा के स्त्रोत

(f) Application of marketing research in sales and distribution
     बिक्री और वितरण में विपणन अनुसंधान की व्यावहार

(g) Non-probability sampling नमूना , वं सम्भावना

3.   What are various sources of secondary data for a researcher engaged in launch of a new
     FMCG product? Justify the reasons of their being authentic sources.
     एक शोध कर्ता के लिए, , क न, , Q , म-ी-ती- उत्पाद में लाँगे मार्ग/य़ फिक डाटा के विविध
     स्त्रोत क्या हैं। स्त्रोतों की मामाकदाटा सि) चीजि,A

4.   What are the various type of scales used in marketing research to measure attitude towards a
     product/service. Explain them in brief.
     विपणन अनुसंधान में इस्तेमाल के लिए, , क उत्पाद/सेवा के प्रति दृष्टिकोण को मापने की
     विविध प्रॉय क क्या हैं। उन्हें संक्षित में समझाव A

5.   What are the various kinds of probability sampling methods? Write briefly on each one of
     them and specify the situations where they could be best used.
     सम्भावना रजीकृत के विविध प्रकार क्या हैं। मनमें से हर , क पर संक्षेप में लिख्र अच्छा मन
     स्थितियाँ का विवरण दे जहाँ ये सबसे अच्छी तरह से इस्तेमाल किया जा सकता है।A

6.   Identify the major problems in conducting marketing research in India. Suggest possible
     solutions to overcome these problems.
     भारत में विपणन अनुसंधान के संचालन में प्रमुख समस्याओं को पहचान। इन समस्याओं कं
     दूर करने के लिए, संभव समाधान का सुझाव देंA

7.   If you are a promotion manager of a cement company and are asked to prepare a research
     design for competing with a successful market leading brand how you will proceed?
     यदि आप , क सीमेंट कँपनी के प्रचार प्रबंधक हैं और आप क , क अनुसंधान य़जना बनाने
     और आप क , क सफल अग्रणी ब्राँड स प्रतिस्पर्धा करने के लिए, कहा जा, र आप किस
     प्रकार आगे ब<ढेंगेA

8. If a domestic company wants to start exports business and hires you to support their decisions as a marketing researcher, which information you will be seeking through primary or secondary research.

यदि एक घरेलू कम्पनी आयात व्यापार श्क्tु djuk pkgrh gS rFkk vius fu.kZ;¨a dk lgkjk देने के लिए एक विपणन श्k'/kdrkZ ds :i e¨a vki dh lok,¡ Y¨uk pkgrh gS r¨ ÁkFkfed तथा द्वितीयक श्k'/k ds rgr vki fdu lpukv¨a¨a dh [kkst djuk pkg¨xkA

9. A medium sized detergent manufacturer intends to launch a new detergent in North India. It intends to understand a feasibility study to understand the market potential of the product.

,d e/;e oxZ; fMVtZsV mRiknd dEiuh mÙkj Òkjrh; cktkj e¨a viuk ,d u;k mRikn mrkjuk pkgrh gSA ftl ds fYk, ml s cktkj dh okLrfod fLFkkfr dk v/;;u djuk g¨xkA

Brand Name : Spark

Price : Rs. 124/-per kg.

Rs. 93/-per 750 gms

Rs. 65/-per 500 gms

Launch market : Entire Northern belt. lai¨w kZ mÙkj Òkjr

Competition – All major brands from the organized sector.

Design a questionnaire based on the above objective and information.

¼ÁfrLi/kkZ½ & lÒh cMZ+ ck.M इस उद्देश्; v©j lpukv¨a ds fYk,, ,d Á'ukoYkh rS;kj djsaA

10. write a note on marketing research utility .

foi.ku vu¨la/kku ij ,d laf{kIr fVIi.kh fyf[k,,A