

13. What is test of significance ? Explain parametric and non-parametric test.

महत्त्व का परीक्षण क्या है ? पैरामैट्रिक तथा नॉन-पैरामैट्रिक परीक्षण की व्याख्या कीजिए ।

Or (अथवा)

How to prepare a report ? Explain contents of a presentation also. **11**

एक रिपोर्ट कैसे तैयार करते हैं ? एक प्रस्तुति की सामग्री की व्याख्या कीजिए ।

Roll No.

Exam Code : J-19

Subject Code—0561

M. Com. (Part II) (Second Year)

EXAMINATION

(Batch 2019 to 2017 Main & Re-appear)

MARKETING RESEARCH

MC-207-M

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 70

Section A

खण्ड 'अ'

Note : Attempt any *Seven* questions. **7×5=35**

किन्हीं सात प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

1. What is Marketing Information System ?

विपणन सूचना प्रणाली क्या है ?

2. Role of MR Agencies.

MR एजेंसी की भूमिका ।

3. Types of Research Designs.

अनुसंधान डिजाइन के प्रकार ।

4. Online data sources.

ऑनलाइन डाटा साधन ।

5. Aptitude measurement.

योग्यता माप ।

6. Sampling Plan.

सेम्पलिंग योजना ।

7. Sampling and Non-sampling errors.

सेम्पलिंग तथा नॉन-सेम्पलिंग त्रुटियाँ ।

8. Hypothesis testing.

उपकल्पना परीक्षण ।

9. Product research.

उत्पाद शोध ।

10. Sales and market research.

बिक्री तथा बाजार अनुसंधान ।

Section B

खण्ड 'ब'

Note : Attempt all questions.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

11. Explain nature, scope and importance of marketing research in India.

भारत में विपणन अनुसंधान की प्रकृति, क्षेत्र तथा महत्त्व की व्याख्या कीजिए ।

Or (अथवा)

What are ethical issues in marketing research ?

Explain it in Indian context.

12

विपणन अनुसंधान में नैतिक मुद्दे क्या हैं ? भारतीय संदर्भ में इसकी व्याख्या कीजिए ।

12. What are secondary data sources and explain its usage ?

द्वितीयक आंकड़े स्रोतों तथा इसके उपयोग क्या हैं ?

Or (अथवा)

What are sampling techniques ? How sample size is determined ?

12

नमूना तकनीकियाँ क्या हैं ? नमूना आकार कैसे निर्धारित किया जाता है ?