

Paper ID/Code		
7	5	6

QUESTION BOOKLET SERIES
A

M. Com. (Final) EXAMINATION, 2021
GROUP-SECOND (MARKETING)
ADVERTISING AND SALES MANAGEMENT (OLD COURSE) — 745
+
MARKETING RESEARCH (OLD COURSE) — 746
+
INTERNATIONAL MARKETING (OLD COURSE) — 747
PAPER-VI + VII + VIII

Time : 1 : 30 Hours]

[Maximum Marks : 300

जब तक कहा न जाए, इस प्रश्नपुस्तिका को न खोलें

निर्देश :

1. परीक्षार्थी अपने अनुक्रमांक, विषय एवं प्रश्नपुस्तिका की सीरीज का विवरण यथास्थान सही-सही भरें, अन्यथा मूल्यांकन में किसी भी विसंगति की दशा में उसकी जिम्मेदारी स्वयं परीक्षार्थी की होगी।
 2. इस प्रश्नपुस्तिका में 80 प्रश्न हैं, जो तीन खण्डों में विभाजित हैं। प्रथम खण्ड से किन्हीं 17, द्वितीय खण्ड से किन्हीं 17 एवं तृतीय खण्ड से किन्हीं 18 प्रश्नों के उत्तर परीक्षार्थियों द्वारा दिये जाने हैं। इस प्रकार परीक्षार्थियों को केवल 50 प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के चार वैकल्पिक उत्तर प्रश्न के नीचे दिये गये हैं। इन चारों में से केवल एक ही उत्तर सही है। जिस उत्तर को आप सही या सबसे उचित समझते हैं, अपने उत्तर पत्रक (O.M.R. ANSWER SHEET) में उसके अक्षर वाले वृत्त को काले या नीले बाल प्वाइंट पेन से पूरा भर दें। यदि किसी परीक्षार्थी द्वारा प्रत्येक खण्ड हेतु निर्धारित प्रश्नों से अधिक प्रश्नों के उत्तर दिये जाते हैं तो उसके द्वारा हल किये गये प्रथमतः यथानिर्दिष्ट प्रश्नोत्तरों का ही मूल्यांकन किया जायेगा।
 3. प्रत्येक प्रश्न के अंक समान हैं। आपके जितने उत्तर सही होंगे, उन्हीं के अनुसार अंक प्रदान किये जायेंगे।
 4. सभी उत्तर केवल ओ0 एम0 आर0 उत्तर पत्रक (O.M.R. ANSWER SHEET) पर ही दिये जाने हैं। उत्तर पत्रक में निर्धारित स्थान के अलावा अन्यत्र कहीं पर दिया गया उत्तर मान्य नहीं होगा।
 5. ओ0 एम0 आर0 उत्तर पत्रक (O.M.R. ANSWER SHEET) पर कुछ भी लिखने से पूर्व उसमें दिये गये सभी अनुदेशों को सावधानीपूर्वक पढ़ लिया जाये।
 6. परीक्षा समाप्ति के उपरान्त परीक्षार्थी कक्ष निरीक्षक को अपनी प्रश्नपुस्तिका बुकलेट एवं ओ0 एम0 आर0 शीट पृथक्-पृथक् उपलब्ध कराने के बाद ही परीक्षा कक्ष से प्रस्थान करें।
- महत्वपूर्ण :** प्रश्नपुस्तिका खोलने पर प्रथमतः जाँच कर देख लें कि प्रश्नपुस्तिका के सभी पृष्ठ भलीभाँति छपे हुए हैं। यदि प्रश्नपुस्तिका में कोई कमी हो, तो कक्ष निरीक्षक को दिखाकर उसी सीरीज की दूसरी प्रश्नपुस्तिका प्राप्त कर लें।

प्रथम खण्ड

ADVERTISING AND SALES MANAGEMENT (OLD COURSE) — 745

1. एक विशिष्ट समन्वित विज्ञापन प्रयास जो एक विशेष उत्पाद या सेवा की तरफ से किया जाता है और जो समय की एक निर्धारित अवधि तक विस्तृत होता है उसे निम्नलिखित में से किस एक की तरह जाना जाता है ?
(A) अभियान (B) परीक्षण
(C) वाणिज्यिक (D) विपणन
2. अंकीय विपणन (डिजिटल मार्केटिंग) निम्नलिखित में से किसके समान होता है ?
(A) ई-मेल के माध्यम से विपणन
(B) फेसबुक पर विपणन
(C) ऑनलाइन विज्ञापन
(D) उपर्युक्त सभी की तरह
3. एक विज्ञापन कार्यक्रम को विकसित करने में प्रथम कदम निम्नलिखित में से किस एक की तरह होना चाहिए ?
(A) विज्ञापन बजट निर्धारित कीजिए
(B) विज्ञापन अभियानों का मूल्यांकन कीजिए
(C) विज्ञापन के उद्देश्य निर्धारित कीजिए
(D) विज्ञापन रणनीति विकसित कीजिए
4. प्रवर्तन रणनीति के सम्बन्ध में बी. 2 सी. कम्पनियों के द्वारा साधारणतया निम्नलिखित में से कौन-सी रणनीति अपनायी जाती है ?
(A) धक्का देने की रणनीति
(B) खींचने की रणनीति
(C) बन्द करने की रणनीति
(D) एकीकृत रणनीति
5. सामान्यतया विज्ञापन की आलोचना की जाती है क्योंकि विज्ञापन तैयार करने में जो लागत आती है वह निम्नलिखित में से किस प्रकार की होती है ?
(A) ऊँची लागत
(B) नीची लागत
(C) मध्यम लागत
(D) उत्पादन लागत के बराबर लागत
6. निम्नलिखित में से कौन-सा एक छिपा हुआ विज्ञापन है ?
(A) सरोगेट विज्ञापन
(B) प्रतिस्पर्धात्मक विज्ञापन
(C) तुलनात्मक विज्ञापन
(D) औद्योगिक विज्ञापन
1. A specific coordinated advertising effort on behalf of a particular product or service that extends for a specific period of time is known as which one of the following ?
(A) Campaign (B) Trial
(C) Commercial (D) Marketing
2. Digital marketing is same as to which of the following ?
(A) Marketing through e-mails
(B) Marketing on Facebook
(C) Online ads
(D) All of the above
3. The first step in developing an advertising programme should be as which one of the following ?
(A) Set the advertising budget
(B) Evaluation advertising campaigns
(C) Set advertising objectives
(D) Develop advertising strategy
4. Which of the following strategies is usually followed by B2C companies with respect to promotion strategy ?
(A) Push strategy
(B) Pull strategy
(C) Blocking strategy
(D) Integrated strategy
5. Advertising is generally criticised because the cost involved in making ads are generally which one of the following type ?
(A) High
(B) Low
(C) Medium
(D) Equal to the cost of production
6. Which of following types is a hidden advertisement ?
(A) Surrogate advertisement
(B) Competitive advertisement
(C) Comparative advertisement
(D) Industrial advertisement

7. पी. ओ. पी. निम्नलिखित में से किस एक का संक्षिप्त नाम है ?
(A) परचेज ऑफ प्रोडक्ट
(B) पोइण्ट ऑफ परचेज
(C) प्रॉपर्टी ऑफ प्रोडक्ट
(D) प्रॉयटी ऑफ परचेज
8. विज्ञापन के प्रभाव का मूल्यांकन करना कठिन होता है क्योंकि निम्नलिखित में से कौन-सी तत्काल एवं शुद्ध प्रणाली अस्तित्व में नहीं होती है ?
(A) पर्यावरणीय विधि
(B) प्रतिपुष्टि व्यवस्था
(C) सुविधाजनक क्रय
(D) शिक्षाप्रद
9. उत्पाद को क्रय करने के लिए वर्तमान ग्राहकों को बनाये रखना और उन्हें प्रोत्साहित करना कि वे और अधिक क्रय करें, यह निम्नलिखित में से एक का उद्देश्य है ?
(A) प्रवर्तन मिश्रण (B) व्यक्तिगत विक्रय
(C) जनसम्पर्क (D) विक्रय प्रवर्तन
10. यदि कीमत सम्बन्धित है छूट से तो प्रवर्तन निम्नलिखित में से किस एक से सम्बन्धित है ?
(A) फुटकर केन्द्रों से (B) विज्ञापनों से
(C) आश्वासन से (D) आकर्षण से
11. निम्न अपीलों में से किस प्रकार की अपील उत्पादों तथा सेवाओं को क्रय करने के लिए एक व्यक्ति की मनोवैज्ञानिक तथा सामाजिक आवश्यकताओं से सम्बन्धित होती है ?
(A) तार्किक अपील
(B) भावनात्मक अपील
(C) नैतिक अपील
(D) मनोविनोद अपील
12. क्रय बिन्दु विज्ञापनों को निम्नलिखित में से किस एक की तरह भी जाना जाता है ?
(A) अंतरंग विज्ञापन
(B) विज्ञापन में निर्मित
(C) हरित विज्ञापन
(D) रहतिया विज्ञापन
13. लक्षित समूहों के मस्तिष्क में उत्पाद की छवि का सृजन करना निम्नलिखित में से किस एक की तरह कहा जाता है ?
(A) विपणन (B) स्थापन
(C) ब्राण्डिंग (D) विख्यात करना
7. POP is an abbreviation of which one of the following ?
(A) Purchase of product
(B) Point of purchase
(C) Property of product
(D) Priority of purchase
8. It is difficult to evaluate the impact of advertising message as there is no immediate and accurate which one of the following system in existence ?
(A) Legal environment
(B) Feedback mechanism
(C) Convenient purchasing
(D) Educative
9. To maintain the present customers to buy the product and encourage them to buy more is an objective of which one of the following ?
(A) Promotion mix (B) Personal selling
(C) Public relation (D) Sales promotion
10. If price is related to discount then promotion is related to which one of the following ?
(A) Retail outlets (B) Advertisements
(C) Warranty (D) Attractiveness
11. Which type of following appeal is related to a person's psychological and social needs for purchasing products and services ?
(A) Rational appeal
(B) Emotional appeal
(C) Moral appeal
(D) Humour appeal
12. Point of purchase ads are also known as which one of the following ?
(A) In-store advertising
(B) Built-in advertising
(C) Green advertising
(D) Stock advertising
13. Creating image of product in the minds of target groups is called as which one of the following ?
(A) Marketing (B) Positioning
(C) Branding (D) Popularising

14. यदि एक कम्पनी एक अच्छी 'कॉर्पोरेट छवि' का निर्माण करना चाहती है, तो यह सम्भवतः निम्नलिखित में से किस विपणन संचार मिश्रण उपकरण का प्रयोग करेगी ?
- (A) विज्ञापन
(B) जनसम्पर्क
(C) प्रत्यक्ष विपणन
(D) विक्रय प्रवर्तन
15. कूपन देना निम्न तकनीकों में से किस एक तकनीक का उदाहरण है ?
- (A) उपभोक्ता प्रवर्तन तकनीक
(B) व्यापारी प्रवर्तन तकनीक
(C) विक्रय शक्ति प्रवर्तन तकनीक
(D) डीलर प्रवर्तन तकनीक
16. एक ब्रांड के लिए उपभोक्ता जो अतिरिक्त धनराशि भुगतान करने के लिए इच्छुक रहते हैं उसे निम्नलिखित में से किस एक की तरह जाना जाता है ?
- (A) ब्रांड प्रतिबद्धता
(B) ब्रांड सम्बन्ध
(C) ब्रांड समता
(D) ब्रांड जागरूकता
17. एक फुटकर दुकान पर प्रदर्शन को कहते हैं :
- (A) मुद्रा आधारित विक्रय
(B) स्वयं तरलीकरण प्रवर्तन
(C) प्रत्यक्ष विपणन
(D) विक्रय का बिन्दु
18. माल भत्ता निम्न तकनीकों में से एक किस प्रकार की तकनीक है ?
- (A) उपभोक्ता प्रवर्तन तकनीक
(B) व्यापार प्रवर्तन तकनीक
(C) विक्रय शक्ति प्रवर्तन तकनीक
(D) खींचने वाली प्रवर्तन तकनीक
19. विज्ञापन उद्योग का कौन-सा स्वयं नियामक ऐच्छिक संगठन है ?
- (A) भारतीय प्रतिभूति एवं विनियम परिषद्
(B) रिजर्व बैंक ऑफ इण्डिया
(C) भारतीय चिकित्सा परिषद्
(D) भारतीय विज्ञापन मानक परिषद्
20. निम्नलिखित में से किस एक के लिए विज्ञापन आगम का एक महत्वपूर्ण स्रोत है ?
- (A) विज्ञापनदाता (B) जनता
(C) संचार माध्यम (D) सरकार
14. If a company wants to build a good 'corporate image', it will probably use which of the following marketing communication mix tools ?
- (A) Advertising
(B) Public relations
(C) Direct marketing
(D) Sales promotion
15. Couponing is an example of which one of the following techniques ?
- (A) Consumer promotion technique
(B) Trader promotion technique
(C) Sales force promotion technique
(D) Dealer promotion technique
16. The additional amount of money consumers are willing to pay for a brand is known as which one of the following ?
- (A) Brand loyalty
(B) Brand association
(C) Brand equity
(D) Brand awareness
17. A display in retail outlet is called :
- (A) Money based sales
(B) Self-liquidating promotion
(C) Direct marketing
(D) Point of sale
18. Merchandise allowance is one which type of following techniques ?
- (A) Consumer promotion technique
(B) Trade promotion technique
(C) Sales force promotion technique
(D) Pull promotion technique
19. Which one is self-regulatory voluntary organisation of the advertising industry ?
- (A) Securities and Exchange Board of India
(B) Reserve Bank of India
(C) Medical Council of India
(D) Advertising Standard Council of India
20. Advertising is an important source of revenue to which one of the following ?
- (A) Advertisers (B) Public
(C) Media (D) Government

द्वितीय खण्ड

MARKETING RESEARCH (OLD COURSE) — 746

21. निम्नलिखित में से कौन अधिकतारें विज्ञापन का व्यक्तिगत माध्यम है ?
- (A) इण्टरनेट माध्यम
(B) प्रसारण मीडिया
(C) प्रत्यक्ष डाक विज्ञापन
(D) प्रिण्ट मीडिया
22. निम्नलिखित में से कौन एक आवश्यक विज्ञापन अपील नहीं है ?
- (A) इसे अवश्य ही वैचारिक रूप से सुदृढ़ होना चाहिए
(B) इसे अवश्य ही रुचिकर होना चाहिए
(C) इसे अवश्य ही मितव्ययी होना चाहिए
(D) इसे अवश्य ही पूर्ण होना चाहिए
23. 'वैश्विक सोचिये, स्थानीय कार्य कीजिए' एक वैश्विक विज्ञापन देने तथा स्थानीय विज्ञापन कार्यक्रमों की रणनीति है जो निम्नलिखित में से किस एक अन्तर्राष्ट्रीय विपणन निर्णय के अन्तर्गत है ?
- (A) मानकीकरण के दोष
(B) विज्ञापन नियमन
(C) मानकीकरण के लाभ
(D) जटिल उत्तर
24. एक चित्र में उत्पाद को उससे बड़ा दिखाना जैसा कि उत्पाद वास्तव में है, यह निम्नलिखित में किस एक का उदाहरण है ?
- (A) धोखे वाला विज्ञापन
(B) अचेतन विज्ञापन
(C) अश्लील विज्ञापन
(D) चुनौती देने वाला विज्ञापन
25. निम्नलिखित में से किस एक के कारण विगत शताब्दी के मध्य तक रेडियो के माध्यम से विज्ञापन बहुत विख्यात था ?
- (A) इसकी प्रभावशीलता
(B) समाचार-पत्र से अधिक विख्यात
(C) जनता तक पहुँच
(D) विज्ञापन की लागत
21. Which of the following is more of personal medium of advertisement ?
- (A) Internet medium
(B) Broadcast media
(C) Direct mail advertising
(D) Print media
22. Which of the following is not an essential advertising appeal ?
- (A) It must be conceptually sound
(B) It must be interesting
(C) It must be economical
(D) It must be complete
23. 'Think globally, act locally' is a global advertising strategies and local advertising programs under which one of the following international marketing decision ?
- (A) Standardisation drawbacks
(B) Advertisement regulations
(C) Standardisation benefits
(D) Typical responses
24. Showing the product in a picture as being bigger than it actually is, an example of which one of the following ?
- (A) Deception Ad
(B) Subliminal Ad
(C) Obscene Ad
(D) Challenging Ad
25. Advertisement through radio was very popular till the middle of last century because of which one of the following ?
- (A) Its effectiveness
(B) More popular than newspaper
(C) Mass reach
(D) Cost of advertisement

26. एक विज्ञापन प्रति को क्या कहते हैं जो लक्षित समूह को बताती है कि उन्हें सही वस्तुएँ देने के लिए निर्माता पर्याप्त रूप से स्थापित है ?
- (A) संस्थागत प्रतिलिपि
(B) सीधी विक्रय प्रतिलिपि
(C) शैक्षणिक प्रतिलिपि
(D) वर्णनात्मक प्रतिलिपि
27. एक उपभोक्ता प्रतियोगिता निम्नलिखित में से किस एक का उदाहरण है ?
- (A) व्यक्तिगत विक्रय
(B) विक्रय प्रवर्तन
(C) विज्ञापन
(D) अप्रत्यक्ष विक्रय
28. विज्ञापन और प्रचार साधनों के लिए सृजनात्मक लोगों के स्वतन्त्र संगठन को कहते हैं :
- (A) विज्ञापन बनाने वाले
(B) विज्ञापन सृजनकर्ता
(C) विज्ञापन विकसित करने वाले
(D) विज्ञापन एजेन्सी
29. विक्रय करने वाले व्यक्ति जो यह चाहते हैं कि बिक्री उनके पास चलकर आये उन्हें कहते हैं :
- (A) लेन-देन वाले (B) बन्द करने वाले
(C) सम्बन्ध रखने वाले (D) सलाहकार
30. प्रवर्तन मिश्रण में सम्मिलित होता है विक्रय प्रवर्तन, व्यक्तिगत विक्रय, विज्ञापन और _____
- (A) विपणन
(B) विक्रय
(C) प्रचार
(D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
31. विपणन शोध में क्या सम्मिलित नहीं होता है ?
- (A) उत्पादन
(B) वितरण
(C) ज्ञान का प्रसारण
(D) संगठन
32. विपणन शोध की सबसे अधिक विशेषता क्या है ?
- (A) वैज्ञानिक विधि
(B) सृजनात्मकता
(C) मल्टीपल विधियाँ
(D) सूचना लागत
26. What an ad copy is called which informs the target group the fact that the manufactures is established enough to give them the right goods ?
- (A) Institutional copy
(B) Straight selling copy
(C) Educational copy
(D) Expository copy
27. A consumer contest is an example of which one of the following ?
- (A) Personal selling
(B) Sales promotion
(C) Advertisement
(D) Indirect selling
28. Independent organisation of creative people for advertisement and promotional tools are called :
- (A) Advertisement makers
(B) Advertisement creators
(C) Advertisement developers
(D) Advertisement agency
29. Sales persons who want for the sales to come to them are known as :
- (A) Transactional (B) Closers
(C) Relational (D) Consultants
30. Promotion mix includes sale promotion, personal selling, advertising and
- (A) Marketing
(B) Sales
(C) Publicity
(D) None of the above
31. What does marketing research not include ?
- (A) Production
(B) Distribution
(C) Dissemination of knowledge
(D) Organisation
32. What is most characteristic of marketing research ?
- (A) Scientific method
(B) Creativity
(C) Multiple methods
(D) Information cost

33. विपणन शोध सम्बन्धित है :
(A) वित्तीय प्रक्रिया से
(B) विपणन प्रक्रिया से
(C) व्यावसायिक प्रक्रिया से
(D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
34. विपणन शोध का अर्थ है उपभोक्ता, ग्राहक और जनता को इसके माध्यम से बाजार से जोड़ना :
(A) मीडिया के माध्यम से
(B) सूचना के माध्यम से
(C) विपणन अनुसंधान के माध्यम से
(D) उपर्युक्त सभी
35. निदर्शन और ऑकड़े एकत्र करने की दृढ़ क्रमबद्ध विधि शोध के अन्तर्गत आती है :
(A) आकस्मिक
(B) खोजपूर्ण
(C) वर्णनात्मक
(D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
36. निम्नलिखित में से कौन विपणन शोध के प्राथमिक समक है ?
(A) अभिलेख (B) समाचार-पत्र
(C) प्रबन्धन (D) प्रत्यक्ष अवलोकन
37. निम्नलिखित में से कौन विपणन शोध का द्वितीयक समक है ?
(A) प्रश्नावली
(B) अनुसूची
(C) साक्षात्कार
(D) शोध पत्रिका
38. कौन सबसे आम प्रकार का विपणन संगठन है ?
(A) कार्यान्मुख
(B) उत्पादोन्मुख
(C) विपणन उन्मुख
(D) ग्राहक उन्मुख
39. निम्नलिखित में से कौन वर्णनात्मक अध्ययनों से सम्बन्धित नहीं है ?
(A) केस विधि
(B) सांख्यिकीय विधि
(C) सर्वेक्षण
(D) प्रश्नावली
40. एक प्रश्नावली में प्रथम सोपान क्या है ?
(A) प्रश्नावली के प्रारूप का निर्धारण करना
(B) भरने के लिए संस्थान
(C) प्रश्नों का क्रम निर्धारित करना
(D) अपील
33. Marketing research is related to :
(A) Finance process
(B) Marketing process
(C) Business process
(D) None of the above
34. Marketing research is function linking the consumer, customer and public to market through :
(A) The media
(B) Information
(C) Market research
(D) All of the above
35. Rigid sequential approach to sampling and data collection comes under research :
(A) Causal
(B) Exploratory
(C) Descriptive
(D) None of the above
36. Which of the following is primary data of market research ?
(A) Records (B) News Papers
(C) Management (D) Direct Observation
37. Which of the following is secondary data of market research ?
(A) Questionnaire
(B) Schedule
(C) Interview
(D) Research-magazine
38. Which is the most common type of marketing organisation ?
(A) Function oriented
(B) Product oriented
(C) Market oriented
(D) Customer oriented
39. Which of the following does not belong to descriptive studies ?
(A) Case method
(B) Statistical method
(C) Survey
(D) Questionnaire
40. Which is the first step in a questionnaire ?
(A) Deciding form of questionnaire
(B) Institution for filling up
(C) Deciding orders of questions
(D) Appeal

तृतीय खण्ड

INTERNATIONAL MARKETING (OLD COURSE) — 747

41. यदि हमें आँकड़े एक विपणन शोध एजेंसी से प्राप्त होते हैं ये आँकड़े माने जायेंगे :
- (A) प्राथमिक आँकड़े (B) द्वितीयक आँकड़े
(C) तृतीयक आँकड़े (D) कच्चे आँकड़े
42. शोध की अग्रिम योजना को कहते हैं :
- (A) शोध प्रक्रिया
(B) शोध आकृति
(C) शोध प्रस्ताव
(D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
43. निम्नलिखित में से कौन अनुसंधान परियोजना का लिखित विवरण होता है ?
- (A) शोध डिजाइन
(B) शोध प्रस्ताव
(C) परिकल्पना
(D) उपर्युक्त सभी
44. निम्नलिखित में से किसको विपणन बुद्धिमत्ता का स्रोत नहीं समझा जाता है ?
- (A) आपूर्तिकर्ता
(B) पुनर्विक्रेता
(C) मुख्य ग्राहक
(D) कारण शोध
45. विपणन शोध प्रक्रिया में प्रथम सोपान क्या है ?
- (A) एक विपणन सूचना प्रणाली को विकसित करना
(B) समस्या तथा शोध उद्देश्यों को परिभाषित करना
(C) सूचना एकत्र करने के लिए शोध योजना को विकसित करना
(D) शोध योजना को क्रियान्वित करना
46. शोध समस्या का स्रोत सम्मिलित करता है :
- (A) अनुसंधानकर्ता का अनुभव
(B) व्यावहारिक मुद्दा जो समाधान चाहता है
(C) सिद्धान्त तथा विगत अनुसंधान
(D) उपर्युक्त सभी
41. If we get data from a marketing research agency this data would be deemed :
- (A) Primary data (B) Secondary data
(C) Tertiary data (D) Raw data
42. Advance plan of research is called as :
- (A) Research process
(B) Research design
(C) Research proposal
(D) None of the above
43. Which of the following is a written account of the plan for research project ?
- (A) Research design
(B) Research proposal
(C) Hypothesis
(D) All of the above
44. Which of the following is not considered a source of marketing intelligence ?
- (A) Suppliers
(B) Resellers
(C) Key customers
(D) Causal research
45. What is the first step in the marketing research process ?
- (A) Developing a marketing information system
(B) Defining the problem and research objectives
(C) Developing the research plan for collecting information
(D) Implementing the research plan
46. Source of research problem include :
- (A) Researcher's experience
(B) Practical issue that require solutions
(C) Theory and past research
(D) All of the above

47. गुणात्मक अनुसंधान प्रस्ताव में आप निम्न में से एक को देखने की उम्मीद नहीं करेंगे :
- (A) शोध प्रश्न
(B) अनुसंधान रिम
(C) परिकल्पना
(D) परिचालन परिभाषा
48. शोध डिजाइन निम्न के अतिरिक्त सभी को सम्मिलित करती है :
- (A) परिकल्पना
(B) व्यय
(C) शोध समस्या
(D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
49. शोध प्रश्न का एक औपचारिक वक्तव्य अथवा शोध अध्ययन का उद्देश्य :
- (A) साहित्य समीक्षा के पूर्व निर्धारित किया जाता है
(B) साहित्य समीक्षा के बाद निर्धारित किया जाता है
(C) शोध प्रक्रिया में दिशानिर्देश तथा सहायता प्रदान करेगा
(D) (A) तथा (C) दोनों
50. जो अनुसंधान अव्यवस्थित, गुणात्मक तथा अत्यधिक लचीला होता है उसे कहते हैं एक :
- (A) कारण शोध
(B) खोजपूर्ण शोध
(C) वर्णनात्मक शोध
(D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
51. किस प्रकार का अनुसंधान विपणन पर्यावरण के कुछ परिप्रेक्ष्य का आशुचित होता है ?
- (A) कारण शोध
(B) खोजपूर्ण शोध
(C) वर्णनात्मक शोध
(D) पूर्वानुमान शोध
47. In qualitative research proposal you would not expect to see one of the following :
- (A) Research questions
(B) Research RIM
(C) Hypothesis
(D) Operational definition
48. Research design consists of the following except :
- (A) Hypothesis
(B) Expenditure
(C) Research problem
(D) None of the above
49. A formal statement of research question or purpose of research study :
- (A) is made prior to literature review
(B) is made after literature review
(C) will help guide the research process
(D) Both (A) and (C)
50. The research which is unstructured, qualitative and highly flexible is called as a :
- (A) Casual research
(B) Exploratory research
(C) Descriptive research
(D) None of the above
51. Which type of research is a snapshot of some aspect of the market environment ?
- (A) Causal research
(B) Exploratory research
(C) Descriptive research
(D) Predictive research

52. किस प्रकार के शोध का उद्देश्य होता है कि प्रारम्भिक सूचना एकत्र की जाये जो समस्या को परिभाषित करने में सहायता करेगी तथा परिकल्पना का सुझाव देगी ?
- (A) खोजपूर्ण अनुसंधान
(B) कारण अनुसंधान
(C) प्रारम्भिक अनुसंधान
(D) द्वितीयक अनुसंधान
53. आपका सहायक विशेष रूप से वर्तमान शोध परियोजना के लिए द्वितीयक समकों का प्रयोग करना चाहता है। आप उसको सलाह देते हैं कि द्वितीयक समकों के प्रयोग में कुल संभावित समस्याएँ होती हैं। निम्नलिखित से कौन उनमें से एक नहीं है ?
- (A) यह अस्तित्व में नहीं हो सकता है
(B) यह प्रासंगिक नहीं हो सकता है
(C) प्राथमिक समकों की तुलना में सामान्यतया इसे प्राप्त करना अधिक खर्चीला होता है
(D) यह वर्तमान नहीं हो सकता है।
54. शोध रेखाचित्र के सम्बन्ध में निम्नलिखित में से कौन सत्य है ?
- (A) शोध रेखाचित्र की चार श्रेणियाँ होती हैं।
(B) शोध रेखाचित्र की तीन श्रेणियाँ होती हैं।
(C) शोध रेखाचित्र की पाँच श्रेणियाँ होती हैं।
(D) शोध रेखाचित्र की आठ श्रेणियाँ होती हैं।
55. साक्षात्कार किस प्रकार के समकों का उदाहरण होता है ?
- (A) प्राथमिक
(B) द्वितीयक
(C) (A) और (B) दोनों
(D) उपर्युक्त में से कोई नहीं
56. सुविधाजनक प्रतिचयन निम्नलिखित में से किस एक का उदाहरण है ?
- (A) सम्भाव्य प्रतिचयन
(B) स्तरीकृत प्रतिचयन
(C) गैर-सम्भाव्य प्रतिचयन
(D) झुण्ड प्रतिचयन
52. The objective of which type of research is to gather preliminary information that will help define the problem and suggest hypothesis ?
- (A) Exploratory research
(B) Causal research
(C) Primary research
(D) Secondary research
53. Your assistant wants to use secondary data exclusively for the current research project. You advise him that the use of secondary data has some potential problems. Which of the following is not one of them ?
- (A) It may not exist
(B) It may not be relevant
(C) It is generally more expensive to obtain than primary data
(D) It may not be current.
54. Which of the following is true regarding research design ?
- (A) There are four categories of research design.
(B) There are three categories of research design.
(C) There are five categories of research design.
(D) There are eight categories of research design.
55. Interview is an example of which data ?
- (A) Primary
(B) Secondary
(C) Both (A) and (B)
(D) None of the above
56. Convenience sampling is an example of which one of the following ?
- (A) Probabilistic sampling
(B) Stratified sampling
(C) Non-probabilistic sampling
(D) Cluster sampling

57. कारण शोध के सम्बन्ध में निम्नलिखित में से कौन सत्य है ?
- (A) कारण शोध कौन, क्या, कहाँ, कब और कैसे का प्रश्न होता है।
- (B) कारण शोध अनौपचारिक तथा अव्यवस्थित रहती है।
- (C) कारण शोध कारणों तथा प्रभावों को अलग करती है।
- (D) विपणन शोध प्रक्रिया में कारण शोध सातवाँ सोपान होता है।
57. Which of the following is true about causal research ?
- (A) Causal research is the question of who, what, where, when and how.
- (B) Causal research is informal and unstructured.
- (C) Causal research isolates causes and effects.
- (D) Causal research is the seventh step in the marketing research process.
58. यह पता लगाने के लिये कि जनसंख्या के कौन-से समूह शीतल पेय के साथ भोजन लेना पसन्द करते हैं तथा वे यह पसन्द क्यों रखते हैं कौन-सा अनुसंधान सबसे अधिक उपयुक्त रहेगा ?
- (A) खोजपूर्ण अनुसंधान
- (B) वर्णनात्मक अनुसंधान
- (C) प्रयोगात्मक अनुसंधान
- (D) मानव जातिगत अनुसंधान
58. Which type of research would be best suited for indentifying which demographic groups prefer diet soft drinks and why they have this preference ?
- (A) Exploratory research
- (B) Descriptive research
- (C) Experimental research
- (D) Ethnographic research
59. ऑकड़ों की बहुतायत के बावजूद जो विपणन प्रबन्धक प्राप्त करते हैं, वे बार-बार शिकायत करते हैं कि उनके पास कमी है :
- (A) सभी प्रकार की पर्याप्त सूचना की
- (B) समय पर सूचना की
- (C) शुद्ध सूचना की
- (D) विश्वसनीय सूचना की
59. Despite the data glut that marketing managers receive, they frequently complain that they lack :
- (A) Enough information of the right kind
- (B) Timely information
- (C) Accurate information
- (D) Reliable information
60. निम्नलिखित में से कौन एक परिकल्पना की विशेषता नहीं है ?
- (A) समस्त उपलब्ध ऑकड़ों के साथ अवश्य ही सतत् होनी चाहिये
- (B) पूर्वानुमान अवश्य लगाने चाहिए
- (C) अवश्य ही परीक्षण के योग्य होनी चाहिए
- (D) अवश्य ही सही होनी चाहिये
60. Which one of the following is not a characteristic of hypothesis ?
- (A) Must be consistent with all the available data
- (B) Must make predictions
- (C) Must be testable
- (D) Must be correct