

AC-2037

Seat No. _____

M. Com. (Part-II) Examination

April / May – 2003

Marketing Reserach

(New Course)

Time : 3 Hours]

[Total Marks : 70

સૂચના : (૧) બધા પ્રશ્નોના ગુણ સરખા છે.

(૨) બધા પ્રશ્નોના ઉત્તર આપો.

- ૧ (અ) ‘બજારક્રિયા સંશોધન’ એટલે શું ? તેની જુદી જુદી વ્યાખ્યાઓ આપી, તેનાં લક્ષણો વર્ણવો. ૧૦
- (બ) “બજારક્રિયા સંશોધનનું સંચાલન સફળ અને અસરકારક ત્યારે જ બને જ્યારે સંશોધન અને કંપનીના સંચાલકો વચ્ચે સુમેળ હોય”-આ વિધાનની ચર્ચા કરો. ૧૦

અથવા

- ૧ (અ) બજારક્રિયા સંશોધનનો ક્ષેત્રવિસ્તાર વર્ણવો. ૧૦
- (બ) બજારક્રિયા સંશોધનના ભારતીય ઉદ્યોગ જગતમાં ઉપયોગો વર્ણવો. ૧૦
- ૨ (અ) જુદા જુદા ‘સંશોધન નકશા’ની ચર્ચા કરો, દૃષ્ટાંતો આપી. ૧૦
- (બ) માહિતી (Data) ના જુદા જુદા પ્રકારો સદૃષ્ટાંત સમજાવો. ૧૦

અથવા

- ૨ (અ) ‘Unstructured - Undisguised’ પ્રશ્નાવલિઓ એટલે શું ? તેમાં કેવા કેવા પ્રકારના પ્રશ્નોનો સમાવેશ થાય છે ? ૧૦
- (બ) ‘બહુપસંદગી પ્રશ્ન’ (Multiple choice question) ની મર્યાદાઓ જણાવો. તેને કેવી રીતે દૂર કરશો ? ૧૦
- ૩ (અ) સંભાવી (Probabilistic) નિદર્શન પદ્ધતિઓની ચર્ચા કરો. ૧૨
- (બ) ‘વિશ્વસનીય સીમા’ આધારિત પદ્ધતિથી નિદર્શનું કદ કેવી રીતે કરશો ? ૮
- ઉદાહરણ સહિત સમજાવો.

અથવા

AC-2037]

1

[Contd...

- ૩ (અ) દ્વિચલિત પૃથક્કરણ પદ્ધતિઓની ચર્ચા કરો. ૧૦
 (બ) એક કંપનીના 8 સેક્સમેનનો તાલીમ આપવામાં આવી. તાલીમ આપ્યા પહેલાં અને પછીનો તેમનો કાર્યદક્ષતા સ્કોર નીચે મુજબ છે :

અગાઉનો સ્કોર	12	15	13	11	17	15	10	11
પછીનો સ્કોર	16	17	14	13	15	14	12	11

આ ઉપરથી એમ કહી શકાય કે, તાલીમ સફળ રહી ?

$$[t_{7, .05} = 1.895]$$

- ૪ (અ) કાય-સ્કવેર પૃથક્કરણ એટલે શું ? તેના ઉપયોગો જણાવો. ૧૦
 (બ) નીચેનાં પદો સમજાવો : ૧૦
 (i) Frequency
 (ii) Reach
 (iii) Eigen Value

અથવા

- ૪ (અ) ગુણક નિયતસંબંધ પૃથક્કરણ (Multiple Regression Analysis) એટલે શું ? તેમાં, બીટા સહગુણકોનું આગણન અને પરીક્ષણ કેવી રીતે કરશો ? ૧૦
 (બ) ફેક્ટર એનેલાયસીસ (Factor Analysis) એટલે શું ? તેના ઉપયોગો જણાવો. ૧૦
- ૫ નીચેના પર ટૂંકનોંધ લખો : (ગમે તે ત્રણ)
 (i) પ્રોજેક્ટીવ પદ્ધતિઓ (Projective Techniques)
 (ii) ક્વોટા નિદર્શન પદ્ધતિ
 (iii) F-પરીક્ષણના ઉપયોગો
 (iv) ભારતમાં ગૌણ માહિતીનાં ઉદ્ગમસ્થાનો
 (v) બિનપ્રચલિત પરીક્ષણો.

ENGLISH VERSION

- Instructions :** (i) The questions carry **equal** marks.
 (ii) Attempt **all** questions.

- 1 (a) What is 'Marketing research' ? Give its different definitions, describe its characteristics. 10
 (b) "The management of marketing research is effective 10

and successful, when there is co-ordination between research and company executives.“–Discuss this statement.

OR

- 1 (a) Write the scope of Marketing Research. **10**
 (b) Describe the uses of Marketing Research in Indian Corporate World. **10**
- 2 (a) Discuss different ‘Research Designs’–supply illustrations. **10**
 (b) Explain with illustrations, different types of data. **10**

OR

- 2 (a) What is ‘Unstructured–Undisguised’ questionnaires ? Which forms of questions are included therein ? **10**
 (b) State the limitations of ‘Multiple Choice’ question. How would you overcome them ? **10**
- 3 (a) Discuss the probability sampling methods. **12**
 (b) How would you estimate sample size based on confidence level approach; explain with illustration. **8**

OR

- 3 (a) Discuss Bivariate analysis techniques. **10**
 (b) 8 salesmen of a company were given training. Their efficiency scores before and after the training are as follows :

Score Before	12	15	13	11	17	15	10	11
Score After	16	17	14	13	15	14	12	11

Can we conclude that the training is effective ?

$$[t_{7,.05} = 1.895]$$

- 4 (a) What is *Chi-square* analysis ? State its uses. **10**
 (b) Explain the following terms : **10**
 (i) Frequency
 (ii) Reach
 (iii) Eigen Value

OR

- 4 (a) What is Multiple Regression Analysis ? How would you estimate and test the beta co-efficients ? **10**
- (b) What is factor analysis ? Write its uses. **10**
- 5 Write the short notes on the following : (any **three**)
- (i) Projective Techniques
 - (ii) Quota sampling method
 - (iii) Uses of F-test
 - (iv) The Indian sources of secondary data
 - (v) Non-parametric tests.
-