



► Affiliated to DAVV, Indore  
► Recognized by Dept. of Higher Education Govt. of M.P.

**BBA | BCOM | MSW | PGDCA**

# MARKETING RESEARCH

**BBA -2nd year  
(MAJOR - MARKETING)**

**Includes**

- ➔ **Syllabus**
- ➔ **Important Questions**
- ➔ **Past examination paper**



**Notes as Per DAVV Syllabus**

Prabhat Kiran Parisar, 25, Press Complex, A.B. Road, Indore  
Ph: 0731-4047400, 8889035888 E-mail: alexiacollege@yahoo.in

**SYLLABUS**  
**Marketing Research [विपणन अनुसंधान]**  
**BBA-2 YEAR**  
**MARKETING GROUP**  
**MAJOR PAPER-II**

**UNIT - 1**

Definition, Concept and Objectives of Marketing Research. Advantages and limitations of Marketing Research. Problems and precautions in Marketing Research. Analyzing Competition and Consumer Markets, Market Research Methodology.  
परिभाषा, विपणन शोध की अवधारणा एवं उद्देश्य, विपणन शोध के गुण एवं सीमाएं, विपणन में समस्याएं एवं सावधानियां, प्रतिस्पर्धा एवं उपभोक्ता बाजार का विश्लेषण, विपणन अनुसंधान पद्धति।

**UNIT - 2**

Types of Marketing Research: Consumer Research, Product Research, Sales Research, and Advertising Research. Various issues involved and ethics in marketing research. Rural Marketing Research, Institutional Management & Research.  
विपणन शोध के प्रकार : उपभोक्ता शोध, उत्पाद शोध, विक्रय शोध एवं विज्ञापन शोध, विपणन शोध में शामिल होने वाले विभिन्न मुद्दे एवं नीति शास्त्र, ग्रामीण विपणन अनुसंधान, संस्थागत प्रबंधन और अनुसंधान।

**UNIT - 3**

Problem formulation and statement of research, Research process, Research designs - exploratory research, descriptive research and experimental research designs. Decision Theory and Decision Tree.  
समस्या निरूपण एवं शोध कथन, शोध प्रक्रिया, अनुसंधान अभिकल्प - खोजपरक शोध, वर्णनात्मक शोध एवं प्रयोगात्मक अनुसंधान अभिकल्प, निर्णय सिद्धांत एवं निर्णय वृक्ष।

**UNIT - 4**

Methods of data collection - observational and survey methods. Questionnaire, Design attitude measurement techniques.  
समंक संकलन की विधियां - अवलोकनात्मक एवं सर्वेक्षण विधियां, प्रश्नावली रूपरेखा, मनोवृत्ति मापन विधियां।

**UNIT - 5**

Administration of surveys, sample design, selecting an appropriate statistical technique. Tabulation and analysis of data, scaling techniques. Hypothesis: Concept, Need, Objectives of the hypotheses, Types of Hypotheses and its uses. Report writing.  
सर्वेक्षण का प्रशासन, नमूना डिजाइन, एक उपयुक्त सांख्यिकीय तकनीक का चयन, डेटा का सारणीकरण और विश्लेषण, स्केलिंग तकनीक, परिकल्पना : अवधारणा, आवश्यकता, परिकल्पना के उद्देश्य, परिकल्पना के प्रकार और इसके उपयोग, रिपोर्ट लेखन।

**BBA-2 YEAR  
MARKETING GROUP  
MAJOR PAPER-II  
Marketing Research [विपणन अनुसंधान]  
EXAM ORIENTED IMPORTANT QUESTIONS  
परीक्षा उन्मुख महत्वपूर्ण प्रश्न**

**UNIT - 1**

**Introduction to Marketing Research**

1. Define Marketing Research and explain its objectives.  
विपणन शोध को परिभाषित कीजिए एवं इसके उद्देश्यों को समझाइए।
2. Explain the advantages and limitations of Marketing Research.  
विपणन शोध के गुण एवं सीमाओं की व्याख्या कीजिए।
3. Discuss the problems and precautions in Marketing Research.  
विपणन शोध में आने वाली समस्याओं एवं सावधानियों पर चर्चा कीजिए।
4. Explain the process of analyzing competition and consumer markets.  
प्रतिस्पर्धा एवं उपभोक्ता बाजार के विश्लेषण की प्रक्रिया को समझाइए।

**UNIT - 2**

**Types & Ethics of Marketing Research**

1. Explain various types of Marketing Research.  
विपणन शोध के विभिन्न प्रकारों को समझाइए।
2. What is Consumer Research? Explain its importance.  
उपभोक्ता शोध क्या है? इसके महत्व को स्पष्ट कीजिए।
3. Discuss ethical issues involved in Marketing Research.  
विपणन शोध में शामिल नैतिक (नैतिकता संबंधी) मुद्दों पर चर्चा कीजिए।
4. Explain Rural Marketing Research and Institutional Research.  
ग्रामीण विपणन अनुसंधान एवं संस्थागत अनुसंधान को समझाइए।

**UNIT - 3**

**Research Process & Design**

1. What is research problem formulation? Explain its steps.  
शोध समस्या निरूपण क्या है? इसके चरणों को समझाइए।
2. Explain the Research Process in detail.  
शोध प्रक्रिया को विस्तार से समझाइए।
3. Differentiate between Exploratory, Descriptive and Experimental Research.  
खोजपरक, वर्णनात्मक एवं प्रयोगात्मक शोध में अंतर स्पष्ट कीजिए।
4. Explain Decision Theory and Decision Tree.  
निर्णय सिद्धांत एवं निर्णय वृक्ष को समझाइए।

**UNIT - 4**

**Data Collection & Measurement**

1. Explain various methods of data collection.  
डेटा (समंक) संकलन की विभिन्न विधियों को समझाइए।
2. Differentiate between Observation and Survey Method.  
अवलोकन विधि एवं सर्वेक्षण विधि में अंतर कीजिए।
3. What is a Questionnaire? Explain its design.  
प्रश्नावली क्या है? इसकी रूपरेखा को समझाइए।

4. Explain attitude measurement techniques.  
मनोवृत्ति मापन तकनीकों को समझाइए।

**UNIT - 5**

**Sampling, Hypothesis & Report**

1. Explain sample design and sampling techniques.  
नमूना डिजाइन एवं नमूनाकरण तकनीकों को समझाइए।
2. What is Hypothesis? Explain its types and uses.  
परिकल्पना क्या है? इसके प्रकार एवं उपयोग बताइए।
3. Explain data tabulation and analysis techniques.  
डेटा के सारणीकरण एवं विश्लेषण की तकनीकों को समझाइए।
4. Explain the importance of Report Writing in Marketing Research.  
विपणन शोध में रिपोर्ट लेखन के महत्व को समझाइए।

ALEXIA COLLEGE OF PROFESSIONAL STUDIES

Roll No. : .....

**Main Examination May-June 2025**  
**B.B.A. IInd Year (4 Y.D.C.) Examination**  
**MARKETING RESEARCH (विपणन अनुसंधान)**  
**Paper II**  
**द्वितीय प्रश्न-पत्र**  
**Major/Minor (मुख्य/गौण)**

Time : 3 Hours ]

[ Max. Marks : 70

Note :- Each Section is compulsory. Follow the instructions given in each Section. The marks distribution is same as shown in the question paper. The blind students will be given 60 minutes extra time. University has all rights to change the distribution of marks.

नोट :- सभी खण्ड अनिवार्य हैं। प्रत्येक खण्ड में दिए निर्देशों का पालन करें। सभी के लिए अंक विभाजन योजना प्रश्न-पत्र में दर्शाये अनुसार होगी। दृष्टिबाधित परीक्षार्थियों के लिए 60 मिनट अतिरिक्त समय दिया जाएगा। विश्वविद्यालय के पास अंक विभाजन के परिवर्तन का अधिकार सुरक्षित है।

[1×6=6]

Section-A

(खण्ड-अ)

Objective Type Questions

(वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note :- There are six questions in this Section. Each question carries 1 mark.

नोट :- इस खण्ड में कुल छह प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न 1 अंक का है।

1. What is the main philosophy behind marketing concept nowadays ?

- (a) Customer is king
- (b) Customer is fool
- (c) Customer is loyal
- (d) Customer is brave

आजकल मार्केटिंग अवधारणा के पीछे मुख्य दर्शन क्या है ?

- (अ) ग्राहक राजा है
- (ब) ग्राहक मूर्ख है
- (स) ग्राहक वफादार है
- (द) ग्राहक बहादुर है

2. Marketers have traditionally classified products on the basis of three characteristics ..... , tangibility and use.

- (a) Availability
- (b) Affordability
- (c) Aesthetics
- (d) Durability

विपणक पारंपरिक रूप से उत्पादों को तीन विशेषताओं ..... , मूर्तता और उपयोग के आधार पर

वर्गीकृत करते हैं।

- (अ) उपलब्धता
- (ब) सामर्थ्य
- (स) सौंदर्यशास्त्र
- (द) स्थायित्व

3. Which of the following will not correct in case of a market offering ?

- (a) It is positioned in the minds of the intended buyers.
- (b) It needs to be providing some central benefits to the Consumer.
- (c) Target market is not important for market offering.
- (d) Both (a) and (b)

बाजार की पेशकश के मामले में निम्नलिखित में से कौनसा सही नहीं होगा ?

- (अ) यह इच्छित खरीदारों के दिमाग में स्थित है।
- (ब) इसे उपभोक्ता को कुछ केंद्रीय लाभ प्रदान करने की आवश्यकता है।
- (स) बाजार की पेशकश के लिए लक्ष्य बाजार महत्वपूर्ण नहीं है।
- (द) (अ) और (ब) दोनों

4. The first step of research is :

- (a) Selecting a problem
- (b) Searching a problem
- (c) Finding a problem
- (d) Identifying a problem

अनुसंधान का पहला चरण है :

- (अ) किसी समस्या का चयन करना
- (ब) किसी समस्या की खोज करना
- (स) किसी समस्या का पता लगाना
- (द) किसी समस्या की पहचान करना

5. Consumer research take(s) place at this stage :

- (a) Before purchase
- (b) After purchase
- (c) During the purchase
- (d) All of these

उपभोक्ता अनुसंधान इस स्तर पर होता है :

- (अ) खरीदारी से पहले
- (ब) खरीदारी के बाद
- (स) खरीदारी के दौरान
- (द) ये सभी

6. What is the arrangement of data in rows and columns known as ?

- (a) Frequency distribution
- (b) Cumulative frequency distribution
- (c) Tabulation
- (d) Classification

पंक्तियों और स्तंभों में डेटा की व्यवस्था को क्या कहा जाता है ?

- (अ) आवृत्ति वितरण

- (ब) संचयी आवृत्ति वितरण  
(स) सारणीकरण  
(द) वर्गीकरण

[8×5=40]

**Section-B (खण्ड-ब)**  
**Short Answer Type Questions**  
**(लघु उत्तरीय प्रश्न)**

**Note :-** There are five questions in this Section. Each question carries 8 marks.

**नोट :-** इस खण्ड में कुल पाँच प्रश्न हैं। प्रत्येक प्रश्न 8 अंक का है।

7. Explain importance of marketing research.  
विपणन अनुसंधान के महत्व को समझाइए।

**OR (अथवा)**

Explain objectives of marketing research.  
विपणन अनुसंधान के उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए।

8. Explain significance of Consumer Research.  
उपभोक्ता अनुसंधान के महत्व को समझाइए।

**OR (अथवा)**

Explain significance of Product Research.  
उत्पाद अनुसंधान के महत्व को समझाइए।

9. Explain concept of problem formulation in Research.  
शोध में समस्या निरूपण की अवधारणा को समझाइए।

**OR (अथवा)**

Explain concept of Decision tree with examples.  
निर्णय वृक्ष की अवधारणा को उदाहरण सहित समझाइए।

10. Explain methods of primary data collection.  
प्राथमिक डेटा संग्रहण की विधियाँ समझाइए।

**OR (अथवा)**

Explain methods of secondary data collection.  
द्वितीयक डेटा संग्रहण की विधियाँ समझाइए।

11. Explain significance of sample selection criteria.  
नमूना चयन मानदण्ड का महत्व समझाइए।

**OR (अथवा)**

Explain significance of Report writing.  
रिपोर्ट लेखन के महत्व को समझाइए।

[12×2=24]

**Section-C (खण्ड-स)**  
**Long Answer Type Questions**  
**(दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)**

**Note :-** There are five questions in this Section. Students are required to attempt any two questions out of these questions. Each question carries 12 marks.

**नोट :-** इस खण्ड में कुल पाँच प्रश्न हैं। इनमें से विद्यार्थियों को कोई दो प्रश्न हल करना अनिवार्य है। प्रत्येक प्रश्न 12 अंक का है।

12. Discuss concept, advantage and limitations of marketing research. Explain with examples the steps and methodology of marketing research.  
विपणन शोध की अवधारणा, लाभ और सीमाओं पर चर्चा कीजिए। उदाहरणों सहित विपणन शोध के चरणों और पद्धति की व्याख्या कीजिए।
13. Explain objectives of sales and advertising research. Discuss issues and ethics of marketing research. Highlight on Rural and Institutional marketing research.  
विक्रय और विज्ञापन शोध के उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए। विपणन शोध के मुद्दों और नैतिकता पर चर्चा कीजिए। ग्रामीण और संस्थागत विपणन शोध पर प्रकाश डालिए।
14. Explain with examples different types of research. Discuss different types of experimental research designs.  
विभिन्न प्रकार के अनुसंधानों को उदाहरण सहित समझाइए। विभिन्न प्रकार के प्रायोगिक अनुसंधान डिजाइनों पर चर्चा कीजिए।
15. Explain difference between Interview and Questionnaire methods. Discuss observational design aspect of marketing research. How will you develop attitude measurement techniques ?  
साक्षात्कार एवं प्रश्नावली विधियों में अंतर स्पष्ट कीजिए। विपणन अनुसंधान के अवलोकन सम्बन्धी डिजाइन पहलू पर चर्चा कीजिए। आप दृष्टिकोण माप तकनीक कैसे विकसित करेंगे ?
16. (a) Discuss importance of Data analysis in marketing research. How will you select an appropriate statistical technique ?  
विपणन शोध में डेटा विश्लेषण के महत्व पर चर्चा कीजिए। आप एक उपयुक्त सांख्यिकीय तकनीक का चयन कैसे करेंगे ?
- (b) Explain concept, need and objectives of Hypothesis. Discuss different types of Hypothesis used in Research.  
परिकल्पना की अवधारणा, आवश्यकता और उद्देश्यों पर चर्चा कीजिए। शोध में प्रयुक्त विभिन्न प्रकार की परिकल्पनाओं पर चर्चा कीजिए।

ALEXIA COLLEGE OF PROFESSIONAL STUDIES

Roll No. ....  
6000 40/20/30/40

July - August 2023  
B. B. A. Second Year (4 Y. D. C.) Examination  
MARKETING RESEARCH  
विपणन अनुसंधान  
मुख्य एवं गौण प्रश्नपत्र - II  
Major and Minor Paper - II

Time 3 Hours]

[Max. Marks 70

[Min. Marks 25

**नोट :** सभी खण्ड अनिवार्य हैं। सभी के लिए अंक विभाजन योजना प्रश्नपत्र में दर्शाये अनुसार होगी। दृष्टि बाधित छात्रों के लिए 60 मिनट अतिरिक्त समय दिया जाएगा। विश्वविद्यालय के पास अंक विभाजन के परिवर्तन का अधिकार सुरक्षित है।  
Each section is compulsory. The marks distribution is same as shown in the question paper. The blind students will be given 60 minutes extra time. University has all rights to change the distribution of marks.

[6×1=6]

**खण्ड अ : वस्तुनिष्ठ प्रश्न**  
Section A : Objective Question

**नोट : सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।**

All questions are compulsory.

- मार्केटिंग एक प्रक्रिया है जो अपने ग्राहकों को देती है :  
(अ) सर्विसेस (ब) प्रोडक्ट्स (स) वैल्यू (द) भौतिक लाभ।  
Marketing is a process which gives to its customers :  
(a) Services (b) Products (c) Value (d) Material benefits.
- “मार्केटिंग रिसर्च सभी तथ्यों का संग्रह और रिकॉर्डिंग विश्लेषण है जिससे वस्तुओं और सेवाओं को बिक्री, उत्पादन से उपभोक्ता तक की जाती है।” यह कथन किसने दिया :  
(अ) ऑस्ट्रेलियन मैनेजमेंट एसोसिएशन  
(ब) अमेरिकन मैनेजमेंट एसोसिएशन  
(स) कैनेडियन मैनेजमेंट एसोसिएशन  
(द) उपरोक्त में से कोई नहीं।  
“Marketing Research is gathering and recording analysis of goods and services from production to consumer.” This definition was given by :  
(a) Australian Management Association  
(b) American Management Association  
(c) Canadian Management Association  
(d) None of above.
- डेटा संग्रह की प्राथमिक विधियाँ, साक्षात्कार, ..... और ..... है :  
(अ) अवलोकन, टेलीफोनिक  
(ब) अवलोकन, प्रश्नावली  
(स) अवलोकन, अखबार  
(द) टेलीफोनिक, प्रश्नावली।  
Primary methods of data collection are interview, ..... and ..... :  
(a) Observation, Telephonic

- (b) Observation, Questionnaires  
(c) Observation, Newspaper  
(d) Telephonic, Questionnaires.
4. मार्केटिंग रिसर्च में शामिल नहीं है :  
(अ) सेकेंडरी डाटा (ब) डाटा विश्लेषण (स) प्रयोगीकरण (द) सिमुलेशन।  
Which is not part of Marketing Research :  
(a) Secondary data (b) Data analysis (c) Experimentation (d) Simulation.
5. निम्नलिखित में से कौन सा रिसर्च डिजाइन का भाग है :  
(अ) प्रायोगिक (ब) विवरणात्मक (स) डायग्नोस्टिक (द) उपरोक्त सभी।  
Which is a part of Research Design :  
(a) Experimental (b) Descriptive (c) Diagnostic (d) All of above.
6. इनमें से कौनसा, मार्केटिंग रिसर्च का भाग नहीं है :  
(अ) सैम्पलिंग (ब) परिकल्पना (स) स्केलिंग (द) निर्णय लेना।  
Which is not a part of Marketing Research :  
(a) Sampling (b) Hypothesis (c) Scaling (d) Decision Making.
- 7.

[5×8=40]

**खण्ड ब : लघुउत्तरीय प्रश्न**  
**Section B : Short Answer Question**

**नोट : सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।**

**All questions are compulsory.**

1. मार्केटिंग रिसर्च के उद्देश्यों को समझाइये।  
Explain objectives of Marketing Research.  
**अथवा OR**  
मार्केटिंग रिसर्च के लाभ और सीमाओं को समझाइये।  
Explain advantages and limitations of Marketing Research.
2. मार्केटिंग रिसर्च के नैतिकता के मुद्दों पर चर्चा कीजिए।  
Discuss issues in Ethics of Marketing Research.  
**अथवा OR**  
निर्णय मॉडल्स, निर्णय व्यक्ति एवं निर्णय की उपयोगिता को समझाइये।  
Explain importance of Decision Models, Theories and Decision Tree.
3. मार्केटिंग रिसर्च में प्राइमरी एवं सेकेंडरी डाटा कलेक्शन में अन्तर को समझाइये।  
Explain difference between Primary Data and Secondary Data Collection in Marketing Research.  
**अथवा OR**  
मार्केटिंग रिसर्च की कार्य प्रणाली को समझाइये।  
Explain Marketing Research Methodology.
4. डाटा विश्लेषण, डाटा वर्गीकरण एवं डाटा सारणीकरण में अन्तर समझाइये।  
Explain difference between Data Classification Tabulation and Data Analysis.  
**अथवा OR**  
मार्केटिंग रिसर्च में, चर को मापने के लिए विभिन्न स्केलिंग विधियों को समझाइये।  
Explain different types of Scaling Techniques for measurement of variables in Marketing Research.

5. परिकल्पना क्या है ? परिकल्पना की टेस्टिंग कैसे की जाती है ? समझाइये।  
What is Hypothesis ? How hypothesis testing is done ? Explain.

**अथवा OR**

रिपोर्ट लेखन के महत्व को समझाइये।  
Explain importance of Report Writing.

[2×12=24]

**खण्ड स : दीर्घउत्तरीय प्रश्न**

**Section C : Long Answer Question**

**नोट : किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिये।**

**Answer any two questions.**

1. मार्केटिंग रिसर्च को परिभाषित कीजिए। मार्केटिंग रिसर्च की समस्याएँ और सावधानियाँ, हल सहित समझाइये।  
उपभोक्ता बाजार में प्रतियोगिता का विश्लेषण कैसे करेंगे ?  
Define Marketing Research. Explain problems and precautions in Marketing Research with solutions ? How will you analyse competition in Consumer Market ?
2. उदाहरण सहित विभिन्न प्रकार के मार्केटिंग रिसर्च को समझाइये।  
Explain with examples, different types of Marketing Research.
3. विभिन्न प्रकार के मार्केटिंग रिसर्च डिजाइन को उनके लाभ-हानि सहित समझाइये।  
Explain different types of Marketing Research Designs with their advantages and disadvantages.
4. मार्केटिंग रिसर्च में प्राइमरी एवं सेकेंडरी डाटा कलेक्शन की विधियों को समझाइये।  
Explain different methods to collect primary and secondary data in Marketing Research.
5. परिकल्पना की अवधारणा, आवश्यकता एवं उद्देश्यों को समझाइये। कौनसी स्केलिंग विधियाँ, परिकल्पना टेस्टिंग के उपयोग में लाई जाती हैं ? समझाइये।  
Explain concept, need, objectives and different types of Hypothesis ? Which scaling techniques are used for testing of Hypothesis ? Explain.

6000 40/20/30/40