

Seat No.:

## MARCH - 2022 (Summer session) Examination

Subject Code: 68126

(विद्यार्थ्यांनी हा विषय कोड OMR वर लिहावा / Student should fill this code on OMR sheet)

Subject Name: B.Voc (Commerce)\_68126\_68126 - Research Methodology for Retailing

I\_19.07.2022\_1.00 PM (RMSIT) Part - III, SEM - V

Date: 19-07-2022

Time: 13:00:00 to 14:00:00

QP Code: 7837QP

Total Marks : 50 Each Question 2 Marks, Total 25 Ques, Duration 1 Hr



1. Question A market segment must be \_\_\_\_ and \_\_\_\_\_. बाजाराचा विभाग \_\_\_\_ आणि \_\_\_\_ असावा.
- a. A Substantial, powerful अ. थोर, शक्तिशाली  
b. B Powerful, measurable बी. सामर्थ्यवान, मोजण्यायोग्य .  
c. C Measurable, differentiable सी. मोजता येण्यासारखा, भिन्न  
d. D Actionable, powerful डी. कार्यक्षम, सामर्थ्यवान
2. Question Two important attributes to be considered in Vendor evaluation are \_\_\_\_ and \_\_\_\_\_. विक्रेता मूल्यमापन मध्ये विचारात घेतले जाणारे दोन महत्त्वाचे गुणधर्म म्हणजे \_\_\_\_ आणि \_\_\_\_.
- a. A Values, proximity अ. मूल्ये, निकटता  
b. B Delivery, servicing बी. वितरण, सर्व्हिसिंग  
c. C Reputation, notoriety सी. प्रतिष्ठा, बदनामी  
d. D None of the above डी. वरीलपैकी काहीही नाही
3. Question. The primary methods of data collection are interview, \_\_\_\_ and \_\_\_\_\_. डेटा संकलनाच्या प्राथमिक पद्धती मुलाखत, \_\_\_\_ आणि \_\_\_\_.
- a. A Observation, telephone अ. निरीक्षण, दूरध्वनी  
b. B Telephone, questionnaire बी. दूरध्वनी, प्रश्नावली  
c. C Questionnaire, observation सी. प्रश्नावली, निरीक्षण  
d. D MR Agency, newspaper डी. एमआर एजन्सी, वृत्तपत्र
4. Question The first two steps in the consumer adoption process are \_\_\_\_ and \_\_\_\_\_. ग्राहक दत्तक प्रक्रियेतील पहिले दोन चरण म्हणजे \_\_\_\_ आणि \_\_\_\_.
- a. A Interest, evaluation अ. व्याज, मूल्यमापन  
b. B Adoption, desire बी. दत्तक, इच्छा  
c. C Interest, adoption सी. व्याज, दत्तक  
d. D Awareness, interest डी. जागरूकता, आवड
5. Question If we get data from a marketing research agency this data would be deemed. आम्हाला विपणन संशोधन एजन्सीकडून डेटा मिळाल्यास हा डेटा ..... मानला जाईल.
- a. A Primary data अ. प्राथमिक डेटा  
b. B Secondary data बी. दुय्यम डेटा .  
c. C Tertiary data सी. तृतीयक डेटा  
d. D Raw data डी. कच्ची माहिती
6. Question Which one of the following is the third step in the process of marketing research? विपणन संशोधन प्रक्रियेतील तिसरे चरण पुढीलपैकी कोणते आहे?
- a. A Analyze the information अ. माहितीचा विश्लेषण  
b. B Develop the research plan and design बी. संशोधन योजना आणि

माहितीचे विश्लेषण करा

c. C Present the findings सी. निष्कर्ष सादर करा

डिझाइन विकसित करा

d. D Collect the information डी. माहिती गोळा करा



7. Question Which one of the following is not part of MIS? पुढीलपैकी कोणता एमआयएसचा भाग नाही?

a. A Marketing research system अ. विपणन संशोधन प्रणाली

b. B Internal records system बी. अंतर्गत रेकॉर्ड सिस्टम

c. C Marketing intelligence system सी. विपणन बुद्धिमत्ता प्रणाली

d. D Power management system डी. उर्जा व्यवस्थापन प्रणाली

8. Question Which one of the following is not a demographic characteristic? पुढीलपैकी कोणते लोकसंख्याशास्त्रीय वैशिष्ट्य नाही?

a. A Migration अ. स्थलांतर

b. B Consumption rate बी. वापर

c. C Education level सी. शैक्षणिक पातळी

d. D Marital status डी. वैवाहिक स्थिती

9. Question Technology environment is part of firms. तंत्रज्ञान वातावरण हा कंपन्यांचा..... भाग आहे. a. b.

a. A Microenvironment अ. सूक्ष्म पर्यावरण

b. B Macro environment बी. मॅक्रो वातावरण

c. C Task environment सी. कार्य वातावरण

d. D Depends upon the nature of the firm's product range डी. फर्मच्या उत्पादन श्रेणीच्या स्वरूपावर अवलंबून असते

10. Question. In SWOT, the letter 'O' stands for – एसडब्ल्यूओटीमध्ये, 'ओ' अक्षर म्हणजे-

a. A Omnipresent (product lines) अ. सर्वव्यापी (उत्पादन रेषा)

b. B Obvious (Marketing responses) बी. स्पष्ट (विपणन प्रतिसाद)

c. C Occurrence (of trade cycles) सी. घटना (व्यापार चक्रांचा)

d. D None of the above डी. वरीलपैकी काहीही नाही

11. Question The major focus of the societal marketing concept is – सामाजिक विपणन संकल्पनेचे मुख्य लक्ष्य हे आहे -

a. A Profit only अ. फक्त नफा

b. B Society's well being only बी. समाज फक्त चांगले आहे

c. C Satisfaction of customer only सी. केवळ ग्राहकांचे समाधान

d. D All of these डी. हे सर्व

12. Question Marketing is a process that creates, communicates and delivers. विपणन ही एक प्रक्रिया आहे जी संप्रेषण करते आणि वितरण करते.

a. A Services to customers अ. ग्राहकांना सेवा

b. B Products to customers बी. ग्राहकांना उत्पादने .

c. C Value to customers सी. ग्राहकांना मूल्य

d. D Materialistic benefits to the customer डी. ग्राहकाला भौतिकवादी फायदे

13. Question Research is----- संशोधन ----- आहे Searching again and again पुन्हा पुन्हा शोधणे

a. A Finding solution to any problem कोणत्याही समस्येवर तोडगा काढणे

b. B Working in a scientific way to search for truth of any problem कोणत्याही समस्येचे सत्य शोधण्यासाठी वैज्ञानिक मार्गाने कार्य करणे

c. C

d. D None of the above वरीलपैकी काहीही नाही

14. Question common test in research demands much priority on संशोधनातल्या सामान्य चाचणीला-----



- मिळावं अशी मागणी केली जाते

- a. A Reliability विश्वसनीयता  
b. B Useability उपयोगिता  
c. c Objectivity वस्तुस्थिती  
d. D All of the above वरील सर्व

15. Question What is Bibliometry? ग्रंथसंग्रह म्हणजे काय?

- a. A The function of Library Network लायब्ररी नेटवर्कचे कार्य  
b. B Information Management Service माहिती व्यवस्थापन सेवा  
c. C Information Management Tool माहिती व्यवस्थापन साधन  
d. D Library Service माहिती व्यवस्थापन साधन

16. Question Information is..... माहिती----- आहे

- a. A Raw Data कच्चा डेटा  
b. B Processed Data प्रक्रिया केलेला डेटा  
c. C Input data इनपुट डेटा  
d. D Organized data आयोजित डेटा

17. Question Questionnaire is a : प्रश्नावली एक----- आहे:

- a. A Research method संशोधन पद्धत  
b. B Measurement technique मापन तंत्र  
c. C Tool for data collection डेटा संकलनाचे साधन  
d. D Data analysis technique डेटा विश्लेषण तंत्र

18. Question "Controlled Group" is a term used in..... नियंत्रित गट" ही संज्ञा ..... मध्ये वापरली जाते.

- a. A Survey research सर्वेक्षण संशोधन  
b. B Historical research ऐतिहासिक संशोधन  
c. C Experimental research प्रायोगिक संशोधन  
d. D Descriptive research वर्णनात्मक संशोधन

19. the question which of the following is not a "Graphic representation"? खालीलपैकी कोणते "ग्राफिक प्रतिनिधित्व" नाही?

- a. A Pie Chart पाय चार्ट  
b. B Bar Chart बार चार्ट  
c. C Table सारणी  
d. D Histogram हिस्टोग्राम

20. Question Staffing is concerned with providing and maintaining.....resources. स्टाफिंग ..... संसाधने प्रदान आणि देखरेखीशी संबंधित आहे.

- a. A Physical शारीरिक  
b. B Technical तांत्रिक  
c. C Human मानवी  
d. D Financial आर्थिक

21. question what is the main role of research in education? शिक्षणातील संशोधनाची मुख्य भूमिका काय आहे?

- a. A To upsurge one's social status. एखाद्याची सामाजिक स्थिती उंचावणे  
b. B To increase one's job prospects. एखाद्याच्या नोकरीच्या संधी वाढविणे.  
c. C To augment one's personal growth. एखाद्याची वैयक्तिक वाढ वाढविणे.  
d. D To help an applicant in becoming a renowned educationalist. अर्जदारास प्रख्यात शिक्षणतज्ञ होण्यास मदत करणे

22. Question How is random sampling helpful? यादृच्छिक सॅम्पलिंग कसे उपयुक्त आहे?

- a. A Reasonably accurate माफक अचूक  
b. B An economical method of data collection डेटा संकलनाची एक आर्थिक पद्धत  
c. C Free from personal biases  
d. D All of the above वरील सर्व

वैयक्तिक पक्षपातीपासून मुक्त

23. question which of the following is not the method of Research? पुढीलपैकी कोणती संशोधन पद्धत नाही?

- a. ASurvey सर्वेक्षण  
b. BHistorical ऐतिहासिक  
c. CObservation निरीक्षण  
d. DPhilosophical तात्विक

24. QuestionA research problem is feasible only when संशोधनाची समस्या केवळ तेव्हाच शक्य असते जेव्हा

- a. AIIt has utility and relevance याची उपयुक्तता आणि प्रासंगिकता आहे  
b. BIIt is new and adds something to knowledge हे नवीन आहे आणि ज्ञानात काहीतरी जोडते  
c. CIIt is researchable हे संशोधन करण्यायोग्य आहे  
d. DAll of the above वरील सर्व

25. QuestionResearch problem is selected from the standpoint of च्या दृष्टिकोनातून संशोधन समस्या निवडली जाते

- a. ASocial relevance सामाजिक प्रासंगिकता  
b. BFinancial support आर्थिक मदत  
c. CResearcher's interest संशोधकाची आवड  
d. DAvailability of relevant literature संबंधित साहित्याची उपलब्धता

