

Register Number :

Name of the Candidate :

**5 4 7 0**

**B.M.M. / B.Com.  
(Marketing Management)  
DEGREE EXAMINATION, 2010**

( THIRD YEAR )

( PART - IV )

( PAPER - VII )

**350. BASICS OF MARKETING RESEARCH**

( Including Lateral Entry )

December ]

[ Time : 3 Hours

Maximum : 100 Marks

*Answer any FIVE questions.*

*All questions carry equal marks.*

(5 × 20 = 100)

1. Define 'Marketing Research'. Discuss its importance.
2. Explain the importance of Research Design.

**Turn Over**

2

3. Explain the factors to be considered while selecting a research problem.
4. Discuss the merits and demerits of sampling in marketing research.
5. What are secondary data? Discuss their merits and demerits.
6. Explain the various tools used for interpretation of data in Marketing Research.
7. What are the types of questions used in a questionnaire? Explain.
8. What is interview method? What are its advantages in Marketing Research?
9. Discuss the points to be kept in mind at the time of tabulation of data.
10. Explain the steps in writing Marketing Research Report.

3

### தமிழாக்கம்

ஏதேனும் **ஐந்து** வினாக்களுக்கு விடையளி  
**அனைத்து** வினாக்களுக்கும் **சம** மதிப்பெண்கள்.

(5 × 20 = 100)

1. சந்தையியல் ஆய்வை வரையறுத்து, அதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.
2. ஆய்வு கட்டமைப்பின் முக்கியத்துவத்தை விவரி.
3. ஆய்வின் கருப்பொருளை கண்டறியும்போது கருத்தில் கொள்ளப்படும் காரணிகளை விவரி.
4. சந்தையியல் ஆய்வில் மாதிரியின் நிறை குறைகளை விளக்குக.
5. இரண்டாம் நிலை சான்றாதாரங்கள் என்றால் என்ன? அவற்றின் நிறை குறைகளை விவாதி.
6. சந்தையியல் ஆய்வில் தகவல்களை விளக்கக்கூறி, பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு கருவிகளை விவரி.
7. வினாப்பட்டியல் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு வகையான வினாக்கள் யாவை? விளக்குக.
8. நேர்காணல் முறை என்றால் என்ன? சந்தையியல் ஆய்வில் அதன் நன்மைகள் யாவை?
9. தகவல்களை அட்டவணையிடும் போது மனதில் கொள்ளப்படும் காரணிகளை விளக்குக.
10. சந்தையியல் ஆய்வு அறிக்கை எழுதுதலின் பல்வேறு படிநிலைகளை விவரி.