

Roll No. ....

Total Pages : 04

MDQ/J-21

5606

CONSUMER BEHAVIOUR

MC-411

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

**Note :** Q. No. 1 is compulsory and carries 24 marks. Attempt any *Four* questions out of the rest, each carrying 14 marks.

प्रश्न संख्या 1 अनिवार्य है, तथा 24 अंक का है। शेष में से चार प्रश्न कीजिए। प्रत्येक प्रश्न 14 अंक का है।

1. (a) “Customers do not buy anything. They look for solutions for their problems.” Comment.  
“ग्राहक कुछ नहीं खरीदते हैं। वे अपनी समस्याओं के लिए हल ढूँढ़ते हैं।” टिप्पणी कीजिए।
- (b) What are the two factors in the Herzberg’s Two Factor Theory of Motivation ?  
हर्जबर्ग के द्विकारक प्रेरणा सिद्धांत में कौनसे दो कारक होते हैं ?
- (c) What is the meaning of ‘low involvement’ buying process ? Explain with the help of examples.  
‘कम भागीदारी’ खरीद प्रक्रिया का क्या अर्थ है ? उदाहरण सहित उत्तर दीजिए।

(3)L-5606(TR)

1

- (d) Briefly explain the concept of life-style.  
जीवन-शैली की अवधारणा की संक्षिप्त व्याख्या कीजिए ।
- (e) What is a subculture ? Explain with the help of an example.  
उपसंस्कृति क्या है ? एक उदाहरण की सहायता से व्याख्या कीजिए ।
- (f) Who are the 'late majority' in the process of diffusion of innovation ?  
नवाचार के प्रसार की प्रक्रिया में 'देर से आने वाले बहुमत' क्या हैं ?

2. Suppose that you have to buy a cell phone. What will the possible stages in the buying process ?

कल्पना कीजिए कि आपको एक सैल फोन खरीदना है । खरीद प्रक्रिया में संभव स्तर क्या होंगे ?

3. What is Motivation ? How do the marketers use Maslow's Need Hierarchy Theory to motivate their prospective customers to buy their products ?

अभिप्रेरणा क्या है ? विपणक अपने संभावित ग्राहकों को अपना उत्पाद खरीदने के लिए प्रेरित करने के लिए मास्लो आवश्यकता पदानुक्रम सिद्धांत का उपयोग कैसे करते हैं ?

4. Can attitudes be changed ? How do the marketers work on three components of attitude and device strategies to change them to gain favourable attitude for their products ?

क्या विचार बदले जा सकते हैं ? विपणक अभिवृत्ति में तीन घटकों पर कैसे कार्य करते हैं और अपने उत्पादों के लिए अनुकूल मनोवृत्ति प्राप्त करने के लिए उन्हें बदलने के लिए कैसी रणनीतियाँ तैयार करते हैं ?

5. How do the subcultures fit into the culture of a society ? How does understanding of the subculture facilities the marketing of products ? Explain with the help of suitable examples.

समाज की संस्कृति में उपसंस्कृति कैसे फिट करते हैं ? उपसंस्कृति की समझ उत्पादों के विपणन को कैसे सुगम बनाती है ? उचित उदाहरणों द्वारा वर्णन कीजिए ।

6. Write short notes on the following :

(a) Reference groups

(b) Family life-cycle

निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(अ) संदर्भ समूह

(ब) परिवार जीवन-चक्र ।

7. Explain the concept of opinion leadership. With lot of marketing happening on the digital platforms, how are the marketers using them to gain favourable product endorsement from the opinion leaders ?

राय नेतृत्व की अवधारणा की व्याख्या कीजिए । डिजिटल प्लेटफार्म पर बहुत सारी मार्केटिंग हो रही हैं, विपणक उनका उपयोग राय नेता से अनुकूल उत्पाद समर्थन प्राप्त करने के लिए कैसे कर रहे हैं ?

8. What are various models of consumer behaviour and how do they help in understanding the purchase behaviour of consumers ? Explain any *one* consumer behaviour model of your choice in detail.

उपभोक्ता व्यवहार के विभिन्न मॉडल क्या हैं ? वे उपभोक्ताओं के खरीद व्यवहार को खरीदने में कैसे मदद करते हैं ? अपनी पसंद के किसी एक उपभोक्ता व्यवहार मॉडल का वर्णन कीजिए ।