

Roll No.....

(405)

8723

Printed Pages—3]

2MA(MMC)1

Master of Arts (MMC) (Second Semester)

Examination, May/June 2019

CONSUMER BEHAVIOUR

अवधि/Duration : 3 घंटे/Hours]

[पूर्णांक/Max. Marks : 80

[न्यूनतम उत्तीर्णांक/Min. Pass Marks : 32

निर्देश :

1. प्रश्नपत्र **पाँच** इकाइयों में विभाजित है। प्रत्येक इकाई में आन्तरिक विकल्प दिया गया है।
2. प्रत्येक इकाई से **एक** प्रश्न का उत्तर दीजिए। इस प्रकार कुल **पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
3. **सभी** प्रश्नों के लिए समान अंक नियत हैं।
4. जहाँ आवश्यकता हो वहाँ उपयुक्त डाटा माना जा सकता है।
5. अनुवाद में विसंगति होने पर अंग्रेजी स्वरूप को सही माना जाये।
6. प्रश्नपत्र में परीक्षार्थी निर्धारित स्थान पर अपना रोल नम्बर अंकित करें।

Instructions :

1. The question paper is divided in *five* units. Each unit carries an internal choice.
2. Attempt *one* question from each unit. Thus attempt *five* questions in all.
3. *All* questions carry equal marks.
4. Assume suitable data wherever necessary.
5. English version should be deemed to be correct in case of any anomaly in translation.
6. Candidate should write his/her Roll Number at the prescribed space on the question paper.

P.T.O.

इकाई I/(Unit I)

1. उपभोक्ता व्यवहार क्या है ? उपभोक्ता व्यवहार अध्ययन के महत्व की चर्चा कीजिए। 16

What is Consumer Behaviour ? Discuss the importance of studying consumer behaviour.

अथवा/(Or)

उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिये। उपभोक्ता व्यवहार एवं विपणन का क्या संबंध है ? 16

Define consumer behaviour. What is the relationship between consumer behaviour and marketing ?

इकाई II/(Unit II)

2. सीखने के मूल सिद्धान्त क्या हैं और खरीदार के व्यवहार को प्रभावित करने में इनका क्या योगदान है ? 16

What are the fundamental principles of learning and how they are involved in influencing the buyer behaviour ?

अथवा/(Or)

एफएमसीजी बाजार में संज्ञानात्मक असंगति (कॉग्नेटिव डिस्सोनेंस) और उपभोक्ता प्रसन्नता की मुख्य विशेषताओं को विस्तारपूर्वक बताइये। 16

Elaborate the salient features of cognitive dissonance and consumer delights in FMCGs market.

इकाई III/(Unit III)

3. व्यक्तित्व और जीवनशैली ग्राहक के निर्णय लेने की प्रक्रिया को कैसे प्रभावित करते हैं ? समझाइये। 16

Explain how personality and life-style influence customer's decision making process.

अथवा/(Or)

हॉवर्ड शेथ के उपभोक्ता निर्णय लेने के मॉडल को समझाइये। 16

Explain the Howard Sheth's model of consumer decision making.

इकाई IV/(Unit IV)

4. संचार मिश्रण क्या है ? संचार मिश्रण के विभिन्न तत्वों की विस्तारपूर्वक चर्चा कीजिए। 16

What is Communication Mix ? Discuss in detail the various elements of communication mix.

अथवा/(Or)

- उपयुक्त उदाहरणों द्वारा उपभोक्ता व्यवहार पर संचार के प्रभाव की चर्चा कीजिए। 16

Discuss the influence of communication on consumer behaviour with suitable examples.

इकाई V/(Unit V)

5. ग्राहकों को प्राप्त करने और बनाए रखने की चुनौतियों की चर्चा कीजिए। 16

Discuss the challenges in acquiring and retaining customers.

अथवा/(Or)

- ई-ग्राहक संबंध प्रबंधन एवं ग्राहक संबंध प्रबंधन का अन्तर बताइये। 16

Differentiate between E-CRM and CRM.