

Roll No.

(011/17-I)

9649

M. Com. EXAMINATION

(For Batch 2014 & Onwards)

(Third Semester)

CONSUMER BEHAVIOUR

MCHM-303

Time : Three Hours

Maximum Marks : 80

Section A

Note : Attempt *all* the questions. Each question carries 2 marks.

1. Write short notes on the following :

- (a) Emotional Motives
- (b) e-CRM
- (c) Indian Family System
- (d) Reference Group Influence

- (e) Sub-culture
- (f) Influence of self-concept on buying behaviour
- (g) Cognitive dissonance
- (h) Consumer behaviour audit. $8 \times 2 = 16$

Section B

Note : Attempt any *five* questions. Each question carries 8 marks.

2. Describe the interrelationship between the consumer behaviour and the marketing strategy.
3. Explain the process of consumer decision-making with suitable example.
4. Define Attitude. Explain the process of attitude formation in the light of modern consumption patterns.
5. Describe personality trait theory. Give three examples of how personality traits can be used in Consumer Research.

6. Describe the influence of culture on consumer behaviour and evaluate the core values of Indians.
7. Why is an opinion leader a more credible source of product information than an advertisement for the same product ?
8. Critically examine various issues of consumer behaviour in Indian context.
9. Develop a decision making matrix for purchase of paint by a middle class urban consumer.

5×8=40

Section C

Note : Attempt any *two* questions. Each question carries 12 marks.

10. Discuss, in detail, the Nicosia and Howard-Sheth models of consumer decision making and its application.
11. Elaborate on the implications of studying consumers in the area of marketing, finance and production.

12. What are the challenges that a marketing manager faces with regard to predicting behaviour of consumers ? How the study of online consumers is more difficult ? Discuss.

13. Discuss about various strategies adopted by marketers to bring attitudinal change among consumers. What is the linkage among consumer's belief, attitude and purchase intentions.

2×12=24

(Hindi Version)

खण्ड 'अ'

नोट : सभी प्रश्न कीजिए । प्रत्येक प्रश्न 2 अंकों का है ।

1. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(अ) भावनात्मक उद्देश्य

(ब) e-CRM

(स) भारतीय परिवार प्रणाली

- (द) संदर्भ समूह प्रभाव
- (इ) उप-संस्कृति
- (फ) खरीद व्यवहार पर आत्म-विचार के प्रभाव
- (ज) संज्ञानात्मक मतभेद
- (ह) उपभोक्ता का व्यवहार लेखा परीक्षा ।

खण्ड 'ब'

नोट : किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रत्येक प्रश्न 8 अंकों का है ।

2. उपभोक्ता व्यवहार तथा विपणन नीति में अन्तर्संबंध का वर्णन कीजिए ।
3. उचित उदाहरण की सहायता से उपभोक्ता निर्णयन की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए ।
4. अभिवृत्ति की परिभाषा दीजिए । आधुनिक उपभोग प्रतिरूपों के प्रकाश में अभिवृत्ति निर्माण की प्रक्रिया समझाइए ।
5. व्यक्तित्व गुण सिद्धान्त का वर्णन कीजिए । उपभोक्ता अनुसंधान में वैयक्तिक गुणों का कैसे प्रयोग किया जा सकता है ? तीन उदाहरण दीजिए ।

6. उपभोक्ता व्यवहार पर संस्कृति का प्रभाव बताइए तथा भारतीयों के कोर मूल्यों का मूल्यांकन कीजिए ।
7. एक विचार नेतृत्व एक समान उत्पादन में उत्पाद सूचना के स्रोत एक विज्ञापन की अपेक्षा क्यों अधिक विश्वसनीय होता है ?
8. भारतीय संदर्भ में उपभोक्ता व्यवहार के विभिन्न मुद्दों का आलोचनात्मक परीक्षण कीजिए ।
9. एक मध्यवर्गीय नगरी उपभोक्ता द्वारा पेण्ट को क्रय करने के लिए निर्णयन मैट्रिक्स को विकसित कीजिए ।

खण्ड 'स'

नोट : किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रत्येक प्रश्न 12 अंकों का है ।

10. उपभोक्ता निर्णयन के निकोसिया तथा हॉवर्ड-सैंथ मॉडल का विस्तृत वर्णन कीजिए ।
11. विपणन, वित्त तथा उत्पादन क्षेत्र में उपभोक्ताओं के अध्ययन की मान्यताओं पर विस्तार से लिखिए ।

12. उपभोक्ताओं के व्यवहार की भविष्यवाणी के संबंध में विपणन प्रबन्धक के समक्ष कौन-कौनसी चुनौतियाँ हैं ? उपभोक्ताओं के लिए ऑनलाइन का अध्ययन इसे अधिक कठिन बनाता है ? वर्णन कीजिए ।
13. उपभोक्ताओं में अभिवृत्ति परिवर्तन लाने के लिए विपणकों की विभिन्न रणनीतियों का वर्णन कीजिए । उपभोक्ता के विश्वास अभिवृत्ति तथा खरीद भावना के मध्य कड़ी क्या है ?