

संदर्भ समूह क्या है ? संदर्भ समूह के प्रभाव को प्रभावित करने वाले कारकों का वर्णन कीजिए ।

7. Define sub-culture. Discuss the importance of sub-cultural segmentation to marketers of food products.

उप-संस्कृति की परिभाषा दीजिए । खाद्य उत्पादों के विपणकों के लिए उप-संस्कृति विखण्डन के महत्त्व का वर्णन कीजिए ।

Unit IV

इकाई IV

8. What is opinion leadership ? What are the reasons for the effectiveness of opinion leaders ?

राय नेतृत्व क्या है ? राय नेताओं की प्रभावशीलता के कारण क्या हैं ?

9. Explain diffusion process.

प्रसार प्रक्रिया का वर्णन कीजिए ।

Roll No.

Exam Code : M-21

Subject Code—52955

M. Com. EXAMINATION

(Batch 2018 Onwards)

(Third Semester)

CONSUMER BEHAVIOUR

MCM-322

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 70

Note : Attempt *Five* questions in all. Q. No. 1 is compulsory. All questions carry equal marks.

कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए । प्रश्न क्र. 1 अनिवार्य है । सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

(Compulsory Question)

(अनिवार्य प्रश्न)

1. Explain the following :

(a) Customer Value

- (b) Quantitative research
- (c) Innate needs
- (d) Actual Self Image
- (e) Consumer Conformity
- (f) Social Class
- (g) Diffusion.

निम्नलिखित की व्याख्या कीजिए :

- (अ) ग्राहक मूल्य
- (ब) परिमाणात्मक शोध
- (स) सहज जरूरतें
- (द) वास्तविक (यथार्थ) आत्म छवि
- (इ) उपभोक्ता अनुरूपता
- (फ) सामाजिक वर्ग
- (ग) प्रसार ।

Unit I

इकाई I

2. Define consumer behaviour and discuss its roots in various disciplines.

उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिए तथा विभिन्न विषयों में इसकी जड़ों (आधारों) का वर्णन कीजिए ।

3. Explain consumer research process.

उपभोक्ता शोध प्रक्रिया को समझाइए ।

Unit II

इकाई II

4. Why are Consumer's needs and goals constantly changing ? What factors influence the formation of new goals ?

उपभोक्ताओं की आवश्यकताएँ और लक्ष्य लगातार क्यों बदल रहे हैं ? नये लक्ष्यों के निर्माण को कौनसे कारक प्रभावित करते हैं ?

5. Write a detailed note on consumer perception.

उपभोक्ता दृष्टिकोण पर एक विस्तृत टिप्पणी लिखिए ।

Unit III

इकाई III

6. What is a reference group ? Explain the factors affecting reference group influence.