



UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय हल्द्वानी (नैनीताल)

Programme Name-Master of Business Administration -Third Semester

कार्यक्रम का नाम- मास्टर ऑफ बिज़नेस एडमिनिस्ट्रेशन- तृतीय सेमेस्टर

Programme Code-MBA-10/MBAH-11/PGDMM-10

कार्यक्रम कोड- MBA-10/MBAH-11/PGDMM-10

Course Name-Consumer Behaviour

कोर्स शीर्षक- उपभोक्ता व्यवहार

Course Code-MM2203

Maximum Marks-40

कोर्स कोड - MM2203

अधिकतम अंक -40

Session -2012-13,Summer

सत्र: 2012-13 , ग्रीष्मकालीन

Last Date of Submission: 31 January , 2013 (जमा करने की अन्तिम तिथि 31 जनवरी 2013)

Section-A

भाग क

Section 'A' contains 08 short answer type questions of 5 marks each. Learners are required to answers 4 questions only. Answers of short answer-type questions must be restricted to 250 words approximately.

भाग क में आठ लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पांच अंक निर्धारित हैं तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 250 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।

Discuss the following (1-8) –

निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:

1. Purpose of Segmentation
विभाजन का उद्देश्य
2. Differential advantage to consumers
उपभोक्ता को भेदात्मक लाभ
3. Brand Personality
ब्रांड व्यक्तित्व

4. Selective attention and perceptual defence
चयनात्मक ध्यान और अवधारणात्मक रक्षा
5. Influence of culture on consumer behaviour
संस्कृति का उपभोक्ता व्यवहार पर प्रभाव
6. Product Replacement Strategies
उत्पाद प्रतिस्थापन रणनीतियाँ
7. The buying situation
क्रय परिस्थिति
8. Organisational buying behaviour
संगठनात्मक क्रय व्यवहार

Section-B

भाग ख

Section 'B' contains 04 long answer-type questions of 10 marks each. Learners are required to answers 02 questions only.

भाग ख में चार दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए दस अंक निर्धारित हैं।

1. Why are consumer's needs and goals constantly changing? What are the factors that influence the formation of new goals?
उपभोक्ता की जरूरतें और लक्ष्य लगातार क्यों बदल रहे हैं? वह कौन से कारक हैं जो नए लक्ष्यों की रचना को प्रभावित करते हैं?
2. Discuss the relevance of the Elaboration Likelihood Model in changing consumer attitude.
उपभोक्ता का दृष्टिकोण बदलने में विस्तार की संभावना मॉडल की प्रासंगिकता पर चर्चा करें।
3. Discuss the relationship between consumer behaviour and the advertising response.
उपभोक्ता व्यवहार और विज्ञापन प्रतिक्रिया के संबंध पर चर्चा करें।
4. As a marketing consultant, you have been asked to evaluate a new promotional campaign for a large retail chain. The campaign strategy is aimed at increasing group shopping. What recommendations would you make ?
एक विपणन सलाहकार के रूप में, आप को एक बड़ी रिटेल चेन के लिए एक नए प्रचार अभियान का मूल्यांकन करने के लिए कहा गया है। अभियान की मुख्य कार्यनीति समूह खरीदारी को बढ़ाने पर लक्षित है। इस संदर्भ में आप संस्था को क्या सुझाव देंगे।