



MCC-002-002206

Seat No. _____

M. Com. (Sem. II) (CBCS) Examination

April / May - 2018

Consumer Behavior

(Group Marketing)

(Old Course)

Faculty Code : 002

Subject Code : 002206

Time : $2\frac{1}{2}$ Hours]

[Total Marks : 70

૧ ગ્રાહક ખરીદી પ્રક્રિયામાં સામેલ વિવિધ તબક્કાઓ ઉદાહરણ સહિત સવિસ્તાર સમજાવો. ૨૦

અથવા

૧ (અ) ગ્રાહક વર્તણૂક પર માહિતી ટેકનોલોજીની અસર પર વિગતવાર નોંધ લખો. ૧૦

(બ) વિદેશમાં પેટીની કોસ સંસ્કૃતિ માર્કેટીંગ વ્યુહરચનાઓને અસરકરતા પરિબળો સમજાવો. ૧૦

૨ (અ) ગ્રાહક વર્તણૂક પર મૂલ્યો અને જીવનશૈલીની અસર સમજાવો. ૧૦

(બ) ગ્રાહક દૃષ્ટિકોણને વિગતવાર ચર્ચો. ૧૦

અથવા

૨ (અ) જૂથો વ્યાખ્યાયિત કરી અને જૂથ રચનાના કારણો સમજાવો. ૧૦

(બ) સંસ્કૃતિ અને પેટા સંસ્કૃતિની વ્યાખ્યા આપો તથા તેમના લક્ષણો અને ખરીદી વર્તનપર પ્રભાવને સમજાવો. ૧૦

૩ અભિપ્રાય નેતૃત્વ શું છે ? અભિપ્રાય નેતાઓની લાક્ષણિકતાઓ વિગતવાર સમજાવી અભિપ્રાય નેતાગીરી અને પેટીની પ્રમોશનલ વ્યુરચના વચ્ચેનો સંબંધ સમજાવો. ૧૫

અથવા

- ૩ નવી પેદાશની ગ્રાહક સ્વીકાર પ્રક્રિયા સવિસ્તાર સમજાવો તથા તેમા અડચણરૂપ થતા પરિબલો સવિસ્તાર સમજાવો. ૧૫
- ૪ કોઈ પણ બે પર ટૂંકનોંધ લખો : ૧૫
- (અ) આર્થિક માણસ (ઈકોનોમીક મેન) અને નિષ્ક્રિય માણસ (પેશીવ મેન)
- (બ) જ્ઞાનાત્મક માણસ અને લાગણીશીલ માણસ (કોન્ગનેટીવ મેન અને ઈમોશનલ મેન)
- (ક) ગ્રાહક નિર્ણયીકરણના મોડેલ્સ
- (ડ) ઔદ્યોગિક ગ્રાહક વર્તણૂક અને મોડેલ્સ.

ENGLISH VERSION

- 1 Explain in detail the stages involved in the consumer buying process with example. 20
- OR**
- 1 (A) Discuss the impact of information technology on consumer behaviour. 10
- (B) Explain the cross cultural factors influencing a firm's marketing strategies in abroad. 10
- 2 (A) Explain the impact of values and life style on consumer behaviour. 10
- (B) Discuss in detail the consumer perception. 10
- OR**
- 2 (A) Define groups and explains the reasons for group formation. 10
- (B) Define culture and subculture and explain their features and influence on buying behaviour. 10
- 3 What is opinion leadership ? Discuss in detail the characteristics of opinion leaders and explain the relationship between opinion leadership and firm's promotional strategy. 15

OR

- 3** Explain in detail the consumer adoption and the barriers **15**
to the adoption of an innovation.
- 4** Write a short note on any **two** : **15**
- (a) Economic man and passive man.
 - (b) Cognitive man and emotional man
 - (c) Models of consumer decision making
 - (d) Industrial buying behaviour and models.
-