

7/04/2015
uesday

TYBMM (CBSCS)
Advertising-Consumer Behaviour

Library

2
मराठी रुपांतर

QP Code : 11271

(२ तास)

(एकूण गुण ६०)

- सूचना : (१) सर्व प्रश्न सोडवणे अनिवार्य
(२) आवश्यक तेथे योग्य आकृतीबंधाची आखणी करा.
(३) इंग्रजी प्रत मूळ प्रत आहे.

१. (अ) खालील संकल्पना स्पष्ट करा :-

- (i) डॉगमॅटीसम
- (ii) स्लीपर इफेक्ट
- (iii) अँकलचरेशन
- (iv) सेल्फ कन्सेप्ट
- (v) व्हर्च्युअल ग्रुप

(ब) 'बिबाला' स्त्रीयांसाठी 'रेडी टू वेअर' ब्रायडल' पेहरावाचे एक संपूर्ण सेगमेंट लाँच करायचे आहे. या माहितीच्या आधारे खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

- (i) कोणती संदेश साधने वापराल आणि का?
- (ii) कोणाला प्रवक्ता म्हणून आणि एन्डॉर्सर म्हणून वापराल आणि का?
- (iii) जाहिरातीसाठी कोणते अपील सुचवाल आणि का?

२. (अ) ग्राहक निर्णय पद्धती संबंधीचे मॉडेल स्पष्ट करा.

(ब) 'ओपिनियन लिडर' ची गुण वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. अशी एखादी घटन स्पष्ट करा ज्यात आपण वस्तू खरेदी किंवा उपभोग घेण्यासंबंधी ओपिनियन लिडर यांचा सल्ला घेतला असेल.

किंवा

(अ) 'संवाद प्रक्रियेत' स्त्रोत आणि त्याच्या विश्वासार्हतेचा काय आणि कसा प्रभाव पडतो.

- (i) स्प्रा सेंटा (ii) ओट्स बिस्कीट

(ब) कोणत्याही तीन जाहिरातींचे उदाहरण द्या ज्यात स्त्रोताची विश्वासार्हता सर्वाधिक होती.

३. (अ) 'अँटीड्यूड चेंज' हे संपूर्णतः ग्राहकाच्या सहभागावर अवलंबून असते, स्पष्ट करा.

(ब) आकलन होणे आणि शिकणे या दोन्ही प्रक्रिया सारख्याच आहेत; योग्य उदाहरणांच्या आधारे आपले मत स्पष्ट करा.

किंवा

(अ) 'लर्निंग थिअरीस' म्हणजे काय स्पष्ट करा.

(ब) संदर्भ गट म्हणजे काय? महाविद्यालयीन विद्यार्थ्यांसाठी महत्त्वाचे दोन संदर्भांचे नाव लिहा.

QP Code : 11271

3

४. 'सिरीबल' सेगमेंटेशन'ची वर्गवारी स्पष्ट करा.
किंवा
'मॅस्लो यांच्या 'गरजेचा उतरंड' या सिद्धांतावर आधारित विविध जाहिरातीमधील संदेशाचे विश्लेषण करा.

५. टिपा लिहा (कोणत्याही तीन)

- (i) मॅडॉप्शन प्रोसेस
- (ii) ट्राय कंपोनंट अटिड्युट मॉडेल
- (iii) कुटुंब जीवनचक्र
- (iv) संवादातल अडथळे
- (v) भारतीय मूळ तत्त्व

TRUST'S BHASKAR WAMAN THAKUR