SEM V- AD (Mar)/ Regular/ Nov. 2020/Consumer Behaviour

50 प्रश्नांपैकी कोणतेही 40 प्रश्न सोड़वा
प्रत्येक प्रश्नाला 1.5 गुण आहे.
एकूण गुण 60

* Required

1. Email *

2. student seat no. *

munotes.in

3. Student's Name *

4. Student ID No.

Untitled Section

50 प्रश्नांपेकी कोणतेही 40 प्रश्न सोडवा.
प्रत्येक प्रश्नाला 1.5 गुण आहे.
एकूण गुण 60

5. कोणतीही व्यक्ती बाजारातून स्वतःच्या वापरासाठी वस्तू किंवा सेवा खरेदी करते तेव्हा त्याला/ तिला ------ म्हणतात. 1 point

Mark only one oval.

- ग्राहक
- विकत घेणारा
- उपभोक्ता
- लाभधारक

6. __________ मध्ये ग्राहक त्याच्या आवडीनुसार, गरजेनुसार आणि आर्थिक परिस्थितीनुसार उत्पादने आणि सेवा खरेदी करण्याचा विचार करतो. 1 point

Mark only one oval.

- ग्राहक वर्तणूक
- ग्राहकांची आवड
- ग्राहक अभिवृत्ती
- ग्राहक दृष्टीकोन

munotes.in

7. कोणताही ग्राहक वैयक्तिक वापरासाठी वस्तू किंवा सेवा खरेदी करण्यापूर्वी _________ च्या विविध टप्प्यांमधून जातो 1 point

Mark only one oval.

- ग्राहक वर्तणूक
- ग्राहक हित
- ग्राहक वृत्ती
- ग्राहकाचे आकलन

8. व्यक्तीच्या गरजा, इच्छा असणाऱ्या गोष्टी आणि वर्तनावर प्रभाव पाडणारी __________ ही एक मूलभूत गोष्ट आहे 1 point

Mark only one oval.

- ब्रॅण्ड
- संस्कृती
- उत्पादन
- किंमत

9. संपत्ती, कौशल्य आणि सामर्थ्य यांच्या मदतीने ______विकसित होतात. 1 point

Mark only one oval.

- आर्थिक वर्ग
- खरेदी करणारा वर्ग
- स्पर्धक
- सामाजिक वर्ग

munotes.in

10. चिन्हं _________ याचे उदाहरण आहे. 1 point

Mark only one oval.

- अमौखिक संवाद
- मौखिक संवाद
- लिखित संवाद
- ऐकण्याचा संवाद

11. समर्थन हे ________ प्रकारचे आवाहन आहे. 1 point

Mark only one oval.

- तज्ज्ञ
- कर्मचारी प्रवक्ता
- सेलेब्रिटी
- जनसंपर्क

12. एखादे उत्पादन विकत घेऊन त्याचा वापर केला तर ग्राहक नकारात्मक अनुभवापासून दूर राहू शकतो हे सुचवणे म्हणजे __________ आवाहन होय. 1 point

Mark only one oval.

- जबाबदारीचे
- भीतीचे
- सेक्स
- कौटुंबिक

13. बहुतांश जाहिरातींमध्ये पुढील दोन घटकांचा वापर केला जातो. 1 point

Mark only one oval.

- कार्यात्मक आणि मन वळवणारा
- प्रदर्शनशील आणि मन वळवणारा
- माहितीपूर्ण आणि मन वळवणारा
- माहितीपूर्ण आणि सर्जनशील

munotes.in

14. एखाद्या विशिष्ट संदेशाला ग्राहकाने कसे स्वीकारले याचा संदर्भ __________ मुळे कळतो 1 point

Mark only one oval.

- ग्राहक वर्तणूक
- ग्राहक हित
- ग्राहक वृत्ती
- ग्राहक अर्थबोध

15. मनोवैज्ञानिक विभाग पाडण्याचा एक प्राथमिक मार्ग म्हणजे _________ 1 point

Mark only one oval.

- मास्लोचा सिद्धांत
- इएलएम
- मूल्ये, दृष्टीकोन आणि जीवनशैली
- संकल्पना

16. ________ हे घटक ग्राहकांच्या वर्तनावर परिणाम करतात 1 point

Mark only one oval.

- ब्रॅण्डचे नाव, दर्जा, नावीन्य आणि संमिश्रता
- जाहिरात, विपणन, उत्पादन आणि किंमत
- आऊटलेट्स, धोरणे, संकल्पना आणि ब्रॅण्डचे नाव
- दर्जा, जाहिरात आणि उत्पादनाची स्थिती

17. कोणत्या किमतीला ग्राहक उत्पादन विकत घेण्याची तयारी दाखवतो? 1 point

Mark only one oval.

- कमी किंमत
- सवलती
- व्हाऊचर्स
- जास्त किंमत

munotes.in

18. कुटुंब, समवयस्क, भूमिका आणि स्थिती यांचा समावेश असणारा कोणता घटक ग्राहक खरेदीवर प्रभाव पाडतो? 1 point

Mark only one oval.

- संस्कृती
- स्टेट्स
- अर्थव्यवस्था
- सामाजिकता

19. एखाद्या व्यक्तीच्या खरेदीचा आकृतीबंध ______ हा घटक ठरवत असतो 1 point

Mark only one oval.

- तंत्रज्ञान
- संस्कृती
- अर्थव्यवस्था
- विपणन

20. _________ ही अशी प्रक्रिया आहे ज्याद्वारे एखादी व्यक्ती उत्तेजनांमधून अर्थपूर्ण आणि सुसंगत उत्तेजनांची निवड, आयोजन आणि समन्वय साधते. 1 point

Mark only one oval.

- समज
- अध्ययन
- खळबळजनक
- न्यूरो

21. जेव्हा लोक जाणीव पातळीच्याही खाली उत्तेजित होतात तेव्हा ती प्रक्रिया _________ म्हणून ओळखली जाते 1 point

Mark only one oval.

- भविष्यवाणी
- अध्ययन
- अचेतन समज
- हेतू

22. _________ हे अत्यंत अल्प ते दीर्घ मुदतीच्या कालावधीपर्यंत असते 1 point

Mark only one oval.

- स्मृती
- संघटना
- अद्वितीय
- मागील अनुभव

munotes.in

23. _________ प्रभाव हा कायम स्वरुपी टिकणारा असतो. 1 point

Mark only one oval.

- शेवटचा
- वैयक्तिक
- पहिला
- परिस्थिती

24. ________ येथे आपल्या तत्काळ गरजांसंबंधित उत्तेजना लक्षात घेण्याची अधिक गरज असते. 1 point

Mark only one oval.

- साचेबंद
- प्रभाव
- निवडक लक्ष
- हेतू

munotes.in

25. वागण्यात कायमस्वरूपी बदल कशामुळे होतो? 1 point

Mark only one oval.

- सराव किंवा अनुभव
- वास्तव
- सराव न करता
- विश्लेषणात होणारी वाढ

26. अध्ययन म्हणजे काय? 1 point

Mark only one oval.

- वर्तणूकीत बदल
- बचावात्मक अहंकार
- एकरुपता
- नकारात्मक हेतू

27. संबद्धतेशी संबंधीत असणाऱ्या प्रतिक्रियांच्या संभाव्यतेवर परिणाम करणारे पर्यावरणीय कार्यक्रम म्हणून कोणता घटक ओळखला जातो? 1 point

Mark only one oval.

- प्रतिसाद
- संकेत
- मजबूतीकरण
- प्रेरणा

28. अभिजात अभिसंधान सिद्धांत कोणी मांडला? 1 point

Mark only one oval.

- अल्बर्ट बंडुरा
- इव्हान पावलोव्ह
- बी. एफ. स्कीनर
- एडवर्ड टोलमन

munotes.in

29. _________ ही संदर्भ समूहातील अशी व्यक्ती असते जी विशिष्ट कौशल्यामुळे ज्ञान, व्यक्तिमत्त्व किंवा इतर वैशिष्ट्यांमुळे इतरांवर प्रभाव पाडते. 1 point

Mark only one oval.

- प्रगती करणारा
- अभिनेता
- मतनेता
- सामाजिक कार्यकर्ता

30. कुटुंबातील व्यक्तींच्या भूमिका जरी बदलत असल्या तरी परंपरेने कुटुंबासाठी खरेदी हीच व्यक्ती करते...... 1 point

Mark only one oval.

- बायको
- पती
- तरुण मुले
- आजीआजोबा

31. _________ ही क्रिया व्यक्तीच्या आयुष्य जगण्याच्या आकृतीबंध, आवडीनिवडी, मतमतांतरे यानुसार व्यक्त होत असते 1 point

Mark only one oval.

- भूमिका
- स्टेट्स
- समाजातील स्थान
- जीवनशैली

munotes.in

32. साधक अभिसंधान सिद्धांत कोणी शोधला? 1 point

Mark only one oval.

- अल्बर्ट बंडुरा
- इव्हान पावलोव्ह
- बी. एफ. स्कीनर
- एडवर्ड टोलमन

33. मुलाने गृहपाठ पूर्ण केल्याबद्दल त्याला पार्टीचे बक्षीस देणे हे कोणत्या साधक अभिसंधानाचे उदाहरण आहे? 1 point

Mark only one oval.

- सकारात्मक मजबूतीकरण
- नकारात्मक मजबूतीकरण
- सकारात्मक शिक्षा
- नकारात्मक शिक्षा

34. प्रतिष्ठा ______ शी संबंधीत असते आणि त्याद्वारे समाधान देत असते 1 point

Mark only one oval.

- उत्पादने
- स्टेट्स
- वर्तणूक
- आवाहन

munotes.in

35. गरजेची पूर्तता करण्यासाठी व्यक्तीला मार्गदर्शन करणारा घटक म्हणजे....... 1 point

Mark only one oval.

- हेतू
- हवे असणे
- मागणी
- गरज

36. लोकांच्या दडपल्या गेलेल्या मात्र पूर्णपणे नियंत्रणाखाली नसलेल्या गरजांना प्रतिसाद म्हणून असणारा प्रेरणा सिद्धांत _________ यांनी शोधला. 1 point

Mark only one oval.

- मार्शल
- कान्ट
- फ्रॉईड
- मॅस्लो

37. मॅस्लोच्या प्रेरणा सिद्धांतानुसार सगळ्यात खालच्या पातळीवर असणाऱ्या गरजा म्हणजे...... 1 point

Mark only one oval.

- आत्माविष्काराची गरज
- सामाजिक गरज
- संरक्षणाची गरज
- शारीरिक गरज

munotes.in

38. मॅस्लोच्या प्रेरणा सिद्धांतानुसार सगळ्यात वरच्या पातळीवर असणाऱ्या गरजा म्हणजे...... 1 point

Mark only one oval.

- आत्माविष्काराची गरज
- सामाजिक गरज
- संरक्षणाची गरज
- शारीरिक गरज

39. अनुभवातून व्यक्तीच्या वर्तणूकीत झालेले बदल ओळखणं म्हणजे........ 1 point

Mark only one oval.

- मॉडेलिंग
- प्रेरणा
- दृष्टीकोन
- अध्ययन

40. “रस्त्यावरच्या इतर कोणत्याही गाडीपेक्षा मला माझीच गाडी जास्त आवडते,” असे एखाद्या ग्राहकाने आपल्या मित्राला सांगणे हे कशाचे उदाहरण आहे? 1 point

Mark only one oval.

- नियम
- दृष्टीकोन
- विश्वास
- संकेत

munotes.in

41. पुढीलपैकी कोणता घटक ग्राहक निर्णय प्रक्रियेच्या पाच पातळ्यांचा भाग नाही? 1 point

Mark only one oval.

- ओळखीची गरज
- ब्रॅण्ड ओळख
- माहितीचा शोध
- खरेदी निर्णय

42. खरेदीदाराच्या निर्णय प्रक्रियेनुसार पहिला टप्पा हा _______ शी संबंधित असतो 1 point

Mark only one oval.

- जागरुकता
- माहितीचा शोध
- ओळखीची गरज
- मागणीची सूत्रबद्ध मांडणी

43. वस्तूची खरेदी झाल्यानंतर, अपेक्षा आणि कामगिरी याच्यामध्ये जर खूप मोठा फरक असेल तर...... 1 point

Mark only one oval.

- पुन्हा खरेदी होण्याची शक्यता निर्माण होते
- ग्राहकांमध्ये असंतोष निर्माण होतो
- जाहिरातीमुळे ग्राहकावर कमी परिणाम होतो
- समर्थनाची शक्यता कमी होते

44. संस्कृती ही _______ असते. 1 point

Mark only one oval.

- शोधण्यासारखी
- अनिष्ट
- एकजिनसी
- प्रतिकूल

munotes.in

45. __________ गट अनौपचारिक आणि असंरचित असतात. 1 point

Mark only one oval.

- कामाचे ठिकाण
- शॉपिंग
- दुय्यम
- मित्रपरिवार

46. विपणनकार पालकांना कोणासाठी सहाय्यक ठरवून लक्ष्य करतात 1 point

Mark only one oval.

- लहान मुलं
- शेजारी
- त्यांचे पालक
- मित्रपरिवार

47. एखादी कंपनी उत्पादने किंवा सेवा इतरांना नफ्यात विकण्यासाठी किंवा भाड्याने देण्याच्या उद्देशाने अथवा इतर उत्पादने आणि सेवांच्या उत्पादनासाठी वापरत असल्यास, कंपनी __________ ला विक्री करते असे म्हटले जाते. 1 point

Mark only one oval.

- व्यवसाय बाजार
- आंतरराष्ट्रीय बाजार
- ग्राहक बाजार
- खाजगी क्षेत्रातील बाजार

48. वैकल्पिक निवडीसाठी __________ ची निवड केली जाते. 1 point

Mark only one oval.

- वस्तू
- सेवा
- पर्याय
- उत्पादन

49. जेव्हा ग्राहकांकडे उत्पादन श्रेणी किंवा त्या श्रेणीतील विशिष्ट ब्रॅण्डचे मूल्यांकन करण्याचे कोणतेही स्थापित निकष असतात तेव्हा ते __________ मानले जातात. 1 point

Mark only one oval.

- नियमित समस्या निराकरण
- विस्तृत समस्या निराकरण
- मर्यादित समस्या निराकरण
- दुर्लक्षित समस्या निराकरण

munotes.in

50. व्यवसाय प्रक्रियेच्या कोणत्या टप्प्यावर मूल्यांकन करण्यासाठी पुरवठादाराची प्रतिष्ठा, सेवा किंवा दुरुस्ती क्षमता हे निकष महत्वपूर्ण ठरतात? 1 point

Mark only one oval.

- समस्या ओळख
- पुरवठादार शोध
- पुरवठादार निवड
- ऑर्डर रूटीन स्पेसिफिकेशन

51. प्राथमिक संदर्भ गटांमध्ये __________ समावेश होतो 1 point

Mark only one oval.

- कॉलेजचे विद्यार्थी
- कार्यालयातील सहकारी
- कुटुंब आणि जवळचे मित्र
- क्रीडा गट

munotes.in

52. ग्राहक तीन प्रकारची खरेदी करतो...... 1 point

Mark only one oval.

- चाचणी खरेदी, पुनरावृत्ती खरेदी, दीर्घकालीन वचनबद्ध खरेदी
- चाचणी खरेदी, पुनरावृत्ती खरेदी, व्यावहारिक खरेदी
- चाचणी खरेदी, पुनरावृत्ती खरेदी, भावनिक खरेदी
- दीर्घकालीन वचनबद्ध खरेदी, व्यावहारिक खरेदी, भावनिक खरेदी

53. किंमत जास्त असली तरी त्याचा ग्राहकाच्या खरेदीवर परिणाम होत नाही कारण....... 1 point

Mark only one oval.

- अनेक ग्राहक जास्त किंमत असलेल्या ब्रॅण्डच्या नावांना पसंती देतात.
- एकूण लोकसंख्येच्या ७०% ग्राहक गुणवत्ता सेवा शोधतात आणि जास्त किंमत देण्यास तयार असतात.
- जास्त किंमत ही उच्च गुणवत्ता किंवा प्रतिष्ठा दर्शवणारी असते असा ग्राहकांचा विश्वास असतो.
- अनेक ग्राहकांच्या दृष्टीने अशी किंमत ते सहजपणे देऊ शकतात.

54. __________ हा व्यवसाय खरेदीचा एक टप्पा आहे जिथे संस्था निर्णय घेते आणि आवश्यक वस्तूंसाठी उत्कृष्ट तांत्रिक उत्पादनांची वैशिष्ट्ये अधोरेखित करते. 1 point

Mark only one oval.

- समस्या ओळख
- सामान्य गरज वर्णन
- उत्पादन तपशील
- प्रस्ताव विनंती

munotes.in

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms