

Dat Duration: - 2.30 Hrs Total marks : 75

**Note:- All Question are compulsory.
Draw Diagrams and give examples wherever necessary.
Figures to the right indicate full marks.**

Q1 (a) Explain the following concepts.

5marks

1. Self Image
2. Subliminal perception.
3. Observational learning.
4. Subculture.
5. Ethnocentrism.

Q1(b) Explain how a marketer will use SRI VALS II segmentation to promote a newly opened fitness center offering wide variety of fitness programs. What will be the targeting and positioning strategy used by the company?

10marks.

Q2.(a) Explain cognitive dissonance and discuss the various ways of reducing cognitive dissonance .

7 marks.

Q2.(b) Cite 2 examples of how you applied the Tri-component model of attitude while making any recent purchase.

8 marks.

OR

Q2 c) Explain different message factors (structure and order effect) of communication process.

7 marks

Q2 d) Giving suitable examples explain the central and peripheral route to persuasion used by advertisers.

8marks

Q3(a) What is culture? Give examples of advertisements that represent Indian core values. Justify your examples.

OR

15marks

Q3b) Explain the different stages of Family Life Cycle. Discuss the changing demand for products & services a newly married couple would make as they process in the next two stages of Family Life cycle.

15marks

Q4.(a) Write a note on Freudian theory of personality.

7 marks.

Q4(b) Identify five advertisements on the basis of Maslow's theory of Needs Hierarchy. 8marks.

OR

Q4.(c) Explain the basic model of consumer decision making.

7 marks.

Q4.(d) Explain the characteristics of opinion leader. Describe any one situation in which you sought purchase and consumption related advice from an opinion leader.

8 marks.

Q5. Write Short Notes on any 3.

15 marks.

1. Reference group.
2. Adoption Process.
3. Types of appeal.
4. Demographic segmentation.
5. Changing trends in consumer behaviour.

(मराठी भाषांतर)

वेळ : - 2.30 तास

एकूण गुण : 75

सूचना :

1. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
2. उजवीकडिल अंक पूर्ण गुण दर्शवतात.
3. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा.

प्र. 1 खालील संकल्पना स्पष्ट करा

1. स्वप्रतिमा
2. सुप्त आकलन
3. निरीक्षणात्मक अध्ययन
4. उपसंस्कृति
5. वंशवादी वृत्ती

Q1ब) नवीन उघडलेल्या स्वास्थ्य केंद्राच्या प्रमोशन करिता बाजारपेठेत SRI VALS- II वर्गीकरणाचा कसा उपयोग होईल ते सविस्तर लिहा. कंपनी कडून लक्षित आणि प्रसिद्धी साठी कोणती रणनीती उपोगात आणली जाणार ?

१०

Q2.अ) बोधात्मक विसंवाद म्हणजे काय हे स्पष्ट करा. जाहिरातदार बोधात्मक विसंवाद कसं कमी करू शकतात हे सांगा.

७

Q2.ब) तुम्ही नुकतीच कोणती खरेदी करत असताना त्रिस्तरीय घटक अभिवृत्ती सिद्धांताचा कसा वापर केला हे 2 उदाहरणासहित स्पष्ट करा

८

किंवा

Q2 क) संदेशवहन प्रक्रियेतील घटक (order and code effect) स्पष्ट करा.

७

Q2 ड) सुयोग्य उदाहरणासह जाहिरातींचे मन वळवण्याचे मध्यवर्ती आणि बाह्यवर्ती मार्ग स्पष्ट करा ८

Q3अ) संस्कृती म्हणजे काय ?

पारंपारिक भारतीय मूल्यांचे प्रतिनिधित्व करण्याच्या जाहिरातींची उदाहरणे देऊन त्याचे स्पष्टीकरण द्या. १५

किंवा

Q3 ब) कौटुंबिक जीवनचक्राचे वेगवेगळे टप्पे स्पष्ट करा. नवीन लग्न झालेल्या जोडप्याच्या त्यांच्या आयुष्यात येणाऱ्या पुढच्या 2 टप्प्यांमध्ये उत्पादनांची निवड कशी बदलत जाईल याची उदाहरणे द्या. १५

Q4.अ) फ्रॉइडच्या व्यक्तिमत्त्वाच्या सिद्धांतावर टिपण लिहा ७

Q4 ब) मॅस्लो चा श्रेणीय (Hierarchy) गरजेचा सिद्धांतावर आधारित ५ जाहिराती ओळखा.८ किंवा

Q4. क) ग्राहक निर्णय प्रक्रियेचे मुलभूत मॉडेल स्पष्ट करा ७

Q4.ड) तुमची नुकतीच केलेली एखादी खरेदी मतनायकामुळे कशी प्रभावित झाली याच उदाहरण घेऊन मतनायकाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. ८

Q5. टिपा लिहा (कोणत्याही 3) १५

1. संदर्भ गट
2. अधिग्रहण प्रक्रिया
3. आवाहनाचे प्रकार
4. जनसांख्यिकीय वर्गवारी
5. ग्राहक वर्तनातील बदलते प्रवाह