

Q.P. Code :03431

[Time: Two Hours]

[ Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:**
1. All Question are compulsory.
  2. Draw Diagrams and give examples wherever necessary.
  3. Figures to the right indicate full marks.

- Q.1 a) Explain the following concepts. 6
- I. Adoption
  - II. Subliminal Perception
  - III. Dogmatism
  - IV. Ethnocentrism
  - V. Religious sub culture
  - VI. Observational learning
- Q.1 b) **Case Study:** 9
- Mr. Sunil Verma is an IT professional in Kolkata. He is working in MNC and getting married to Nisha in the next month. Nisha is also an IT professional. Both of them are planning for their future. They are planning their finances and requirements.**
- Questions:**
- i) Mention the various stages of FLC & explain the current FLC stage of Mr. Sunil Verma & Nisha belong to.
  - ii) Give examples of product choices that Nisha and Sunil would make in their current stage& their future stages in life
- Q.2 a) Explain Freudian Theory in brief. 07
- b) Opinion Leader is more credible than commercial advertising. Discuss. 08
- OR**
- Q.2 a) State any three existing ad messages and analyze how the marketer has tried to reduce the cognitive dissonance of the consumer for the product, through the ad. 07
- b) Explain how a marketer will use SRI VALS II Segmentation to sell a new brand of expensive designer watch. What will be the targeting and positioning strategy used by the company to sell the product in South-Mumbai Market? 08
- Q.3 a) Write a brief note on message order and message code. 07
- b) What is the importance of reference groups to marketers and advertisers? What factors affect the reference group influence? 08
- OR**
- Q.3 a) Analyse different ads at different levels of Maslow's Need Hierarchy. 07
- b) As an advertiser of Hair Color, what set of target audience would you focus on keeping in mind specific personality traits 08

**Q.P. Code :03431**

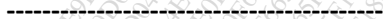
Q.4 Write an explanatory note on the Tri-component attitude theory with the help of suitable examples. 15

**OR**

Q.4 Explain Consumer Decision Making Process and state how the brand choice you made while purchasing a PC with the help of the model. 15

Q.5 Write short notes on **any 3** of the following: 15

- i) ELM
- ii) Types of appeals
- iii) Diffusion Process
- iv) Indian Core Values
- v) Trait theory of personality



Q.P. Code :03431

[वेळ : दोन तास]

[ गुण : ७५ ]

Please check whether you have got the right question paper.

- सूचना :
1. सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे.
  2. योग्य ठिकाणी आकृती काढा.
  3. उजवीकडील अंक गुण दर्शवितात.

## मराठी अनुवाद

प्र.१ अ) खालील संकल्पना स्पष्ट करा.

१. ग्रहण
२. सुप्त आकलन
३. स्वमताग्रह
४. वंशवादी वृत्ती
५. धार्मिक उपसंस्कृती
६. निरीक्षणात्मक अध्ययन

०६

ब) केस स्टडी:-

०९

श्रीयुत सुनील वर्मा हे कलकत्यामधील आयटी व्यावसायिक आहेत. ते एका बहुराष्ट्रीय कंपनीमध्ये काम करतात आणि त्याचे पुढच्या महिन्यात निशा सोबत लग्न होणार आहे. निशा सुद्धा आयटी व्यावसायिक आहे. दोघांना त्यांच्या भविष्याच्या दृष्टीने नियोजन करायचे आहे. ते आर्थिक आणि गरजांच्या बाबतीत नियोजन करित आहेत.

प्रश्न :

- i. कौटुंबिक जीवनचक्राचे विविध टप्पे सांगा आणि श्रीयुत सुनील वर्मा आणि निशा सध्या कौटुंबिक जीवनचक्राच्या कोणत्या टप्प्यावर आहेत स्पष्ट करा.
- ii. श्रीयुत सुनील वर्मा आणि निशा सध्याच्या आणि भविष्यातील कौटुंबिक जीवनचक्राच्या टप्प्यावर कोणत्या उत्पादनाची निवड करतील याची उदाहरणे द्या.

प्र.२ अ) फ्रॉइडच्या व्यक्तिमत्त्व सिद्धांतावर भाष्य करा.

०७

ब) मतनायक हा व्यावसायिक जाहिरातीपेक्षा जास्त विश्वासार्ह असतो चर्चा करा.

०८

किंवा

प्र.२ अ) कोणतेही ३ जाहिरात संदेश विशद करा आणि उपभोक्त्यांचे उत्पादनविषयी असलेला बोधात्मक विसंवाद विपणनकार जाहिरातीच्या माध्यमातून कमी करायचा कसा प्रयत्न करतात याचे विश्लेषण करा.

ब) नवीन महागड्या डिझायनर घडाळ्याच्या प्रमोशनकरिता बाजारपेठेत SRI VALSI II Segmentation चा कसा उपयोग होईल ते सविस्तर लिहा? दक्षिण मुंबईमध्ये कंपनी कडून targeting आणि positioning साठी कोणती रणनीती उपोगात आणली जाणार?

Q.P. Code :03431

- प्र.३ अ) Order आणि massage code यावर संक्षिप्त टीप लिहा. ०७  
 ब) विपणनकार आणि जाहिरातदार यांच्या दृष्टीने संदर्भ गटाचे महत्त्व काय? संदर्भ गटाच्या प्रभावावर परिणाम करणारे घटक कोणते? ०८

किंवा

- प्र.३ अ) मॅसलो च्या श्रेणीय (Hierarchy) गरजेच्या सिद्धांतावर आधारित विविध पातळीवर विविध जाहिराती ओळखा. ०७  
 ब) हेअर कलरचे जाहिरातदार म्हणून तुम्ही तुमच्या लक्षित ग्राहकवर्गाच्या व्यक्तिमत्त्वाच्या कोणत्या विशेष गुणांना लक्षात ठेवाल? ०८

- प्र.४ अ) त्रिस्तरीय घटक अभिवृत्ती सिद्धांत (Tri Component Attitude Theory) योग्य उदाहरणासह स्पष्ट करा. १५

किंवा

- प्र.४ ब) उपभोक्ता निर्णय प्रक्रियेचे मुलभूत प्रारूप स्पष्ट करा आणि संगणक खरेदी करत असताना तुम्ही या प्रारूपाच्या सहाय्याने brand ची निवड कशी कराल ते स्पष्ट करा. १५

- प्र.५ टीपा लिहा. (कोणत्याही तीन) १५

१. ELM
२. आवाहनांचे प्रकार
३. डिफ्युजन प्रक्रिया
४. पारंपारिक भारतीय मूल्य
५. ट्रेटचा व्यक्तिमत्त्वाचा सिद्धांत