

**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. **15marks**

**OR**

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) फ्राँडच्या व्यक्तिमत्त्वाच्या सिद्धांतावर टिपण लिहा ७

Q4 ब) मँस्लो 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