

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.

(5)

1. Subliminal perception.
2. Opinion leader.
3. Social class.
4. Gender subculture.
5. Ethnocentrism.

Q1(b) Explain how a marketer will use SRI VALS 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? (10)

Q2.(a) Explain the factors that influence in formation of attitude . (7)

Q2.(b) Cite 2 examples of how you applied the Tricomponent model of attitude while making any recent purchase. (8)

OR

Q2 c) Explain different message factors (order and code effect) of communication process. (7)

Q2 d) Giving suitable examples explain the central and peripheral route to persuasion used by advertisers. (8)

Q3 a) Explain the various types of reference groups. What kind of reference groups would you use for making the following decisions and why? (15)

- Going abroad for a vacation.
- Buying a new home.

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. (15)

Q4.(a)Write a note on Freudian theory of personality. (7)

Q4b) Identify five advertisements on the basis of Maslow’s theory of Needs Hierarchy. (8)

OR

Q4 c)Explain the basic model of consumer decision making. (7)

Q4 d)Use the consumer decision making model to explain the current brand choice made by you while purchasing your laptop. (8)

Q5. Write Short Notes on **any 3**. (15)

1. Indian core values.
2. Adoption Process.
3. Types of appeal.
4. Cognitive dissonance.
5. Self-image.

वेळ : - २:३० तास

एकूण गुण : 75

सूचना :

१. सूचना: सर्व प्रश्न अनिवार्य.
२. उजवीकडिल अंक पूर्ण गुण दर्शवतात.
३. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा.
४. इंग्रजी प्रश्नपत्रिकेची प्रत ही मूळ प्रत म्हणून ग्राह्य धरली जाईल.

प्र. १ खालील संकल्पना स्पष्ट करा

- १) सुप्त आकलन
- २) मतनायक
- ३) सामाजिक वर्ग
- ४) लैंगिक उपसंस्कृती
- ५) वंशवादीवृत्ती

प्र. १ ब) नवीन उघडलेल्या स्वास्थ्य केंद्राच्या प्रमोशन करिता बाजारपेठेत SRI VALS- I वर्गीकरणचा कसा उपयोग होईल ते सविस्तर लिहा ? कंपनी कडून लक्षित आणि प्रसिद्धी साठी कोणती रणनीती उपोगात आणली जाणार ? १०

प्र. २ अ) अभिवृत्ती निर्मितीवर प्रभाव पाडणारे घटक स्पष्ट करा ७

प्र. २ ब) तुम्ही नुकतीच कोणती खरेदी करत असताना त्रिस्तरीय घटक अभिवृत्ती सिद्धांताचा कसा वापर केला हे २ उदाहरणासहित स्पष्ट करा ८

किंवा

प्र. २ क) संदेशवहन प्रक्रियेतील घटक (order and code effect) स्पष्ट करा. ७

प्र. २ ड) सुयोग्य उदाहरणासह जाहिरातींचे मन वळवण्याचे मध्यवर्ती आणि बाह्यवर्ती मार्ग स्पष्ट करा ८

प्र. ३ अ) विविध प्रकारचे संदर्भ समूह स्पष्ट करा खालील निर्णय घेतांना कोणत्या संदर्भ गटांचा वापर कारणार आणि का ? १५

- सुट्टीमध्ये विदेश पर्यटन
- नवीन घर खरेदी

किंवा

प्र. ३ ब) कौटुंबिक जीवनचक्राच्या वेगवेगळ्या टप्प्यांवर कोणत्या वेगवेगळ्या गरजा असतात ? कौटुंबिक जीवनचक्राच्या वेगवेगळ्या टप्प्यांवर त्या गरजा पूर्ण करण्याच्या जाहिरातींची उदाहरणे द्या १५

प्र. ४ (अ) फ्रॉइडच्या व्यक्तिमत्त्वाच्या सिद्धांतावर टिपण लिहा

७

प्र. ४ (ब) मॅसलो चा श्रेणीय (Hierarchy) गरजेचा सिद्धांतावर आधारित ५ जाहिराती ओळखा.
किंवा

८

प्र. ४ (क) ग्राहक निर्णय प्रक्रियेचे मुलभूत मॉडेल स्पष्ट करा

७

प्र. ४ (ड) लॅपटॉप खरेदी करताना तुमच्या सध्याच्या ब्रँड निवडीप्रमाणे कोणत्या ग्राहक निर्णय प्रक्रियेच्या मॉडेलचा तुम्ही
उपयोग कराल ?

८

प्र. ५ टिपा लिहा (कोणत्याही ३)

१५

१. पारंपारिक भारतीय मुल्य
२. अधिग्रहण प्रक्रिया
३. आवाहनाचे प्रकार
४. बोधात्मक विसंवाद
५. स्वप्रतिमा
