



## PGCOM 509 M/COM-509M

M.Com. II<sup>nd</sup> SEMESTER EXAMINATION, 2024-25

(CONSUMER BEHAVIOUR & MARKETING RESEARCH)

(Back Paper)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 75

**Note:** There are **Three** sections (A, B and C) and Candidate has to attempt question from all sections. Marks are indicated against each section.

**नोट :** इस प्रश्नपत्र के कुल तीन खण्ड (अ, ब और स) हैं एवं अभ्यर्थी को प्रत्येक खण्ड से दिये गये प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक खण्ड के सामने उनके अंक इंगित हैं।

### Section-A

#### खण्ड-अ

**Note:** Explain each of the following in not more than 200 words :

5×3=15

**नोट :** निम्नलिखित में प्रत्येक की व्याख्या अधिकतम 200 शब्दों में कीजिए :

- (a) Perception  
बोध
- (b) Reference Group  
सन्दर्भ समूह

- (c) Family Life Cycle  
परिवार जीवन चक्र
- (d) Diffusion of innovation  
नवाचार का प्रसरण
- (e) Research Problem  
शोध समस्या

### Section-B

#### खण्ड-ब

**Note :** Answer each of the following questions in not more than 500 words :  $4 \times 5 = 20$

**नोट :** निम्नलिखित सभी प्रश्नों के उत्तर अधिकतम 500 शब्दों में दीजिए :

2. (a) Discuss the role of studying Consumer behaviour in determining the product mix.  
उत्पाद सम्मिश्रण के निर्धारण में उपभोक्ता व्यवहार के अध्ययन की भूमिका स्पष्ट कीजिए।

**Or**

**अथवा**

- (b) Discuss the latest trends of Indian Consumer Market.

भारतीय उपभोक्ता बाजार की नवीनतम प्रवृत्तियों की विवेचना कीजिए।

3. (a) Explain the significance of learning process with reference to consumer behaviour.  
उपभोक्ता व्यवहार के सन्दर्भ में अधिगम प्रक्रिया के महत्व को स्पष्ट कीजिए।

**Or**

**अथवा**

- (b) What is product conspicuousness? How is it determined?  
उत्पाद वैशिष्ट्य क्या है ? इसका निर्धारण कैसे होता है ?
4. (a) Why is analysing post purchase behaviour important to markets?  
क्रय पश्चात् व्यवहार का विश्लेषण विपणनकर्ता के लिए क्यों महत्वपूर्ण है ?

**Or**

**अथवा**

- (b) Explain any one model of consumer behaviour.  
उपभोक्ता व्यवहार के किसी एक प्रतिरूप की व्याख्या कीजिए।
5. (a) Differentiate between consumer buying and business buying.  
उपभोक्ता क्रय तथा व्यावसायिक क्रय में अन्तर कीजिए।

**Or**

**अथवा**

- (b) Discuss the limitations of marketing research in India.  
भारत में विपणन शोध की सीमाओं की विवेचना कीजिए।

## Section-C

### खण्ड-स

**Note :** Answer any two of the following questions in not more than 1000 words : 2×20=40

**नोट :** निम्नलिखित में किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर अधिकतम 1000 शब्दों में दीजिए :

6. What is Consumer behaviour ? Explain the Factors determining consumer behaviour.

उपभोक्ता व्यवहार क्या है ? उपभोक्ता व्यवहार को निर्धारित करने वाले कारकों को स्पष्ट कीजिए।

7. Define attitude and discuss the characteristics and components of attitudes.

मनोवृत्ति को परिभाषित कीजिए तथा मनोवृत्तियों की विशेषताओं एवं घटकों का विवेचन दीजिए।

8. Discuss the stages of consumer decision making process.

उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया के चरणों की विवेचना कीजिए।

9. What is Marketing Research? Discuss different types of marketing research.

विपणन शोध क्या है ? विपणन शोध के विभिन्न प्रकारों का विवेचन कीजिए।

