

Maulana Azad National Urdu University
M.Com. III Semester Examination, December 2023
Paper : MMCM302DST : Consumer Behaviour

پرچہ: صارف کا برتاؤ

Total Marks : 70

Time : 3 hours

ہدایات:

یہ پرچہ سوالات تین حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول، حصہ دوم، حصہ سوم۔ ہر جواب کے لئے لفظوں کی تعداد اشارہ ہے۔ تمام حصوں سے سوالوں کا جواب دینا لازمی ہے۔

1. حصہ اول میں 10 لازمی سوالات ہیں جو کہ معروضی سوالات/خالی جگہ پُر کرنا/مختصر جواب والے سوالات ہیں۔ ہر سوال کا جواب لازمی ہے۔ ہر سوال کے لیے 1 نمبر مختص ہے۔
(10 x 1 = 10 Marks)
2. حصہ دوم میں آٹھ سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی پانچ سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً دو سو (200) لفظوں پر مشتمل ہے۔ ہر سوال کے لیے 6 نمبرات مختص ہیں۔
(5 x 6 = 30 Marks)
3. حصہ سوم میں پانچ سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی تین سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً پانچ سو (500) لفظوں پر مشتمل ہے۔ ہر سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔
(3 x 10 = 30 Marks)

حصہ اول

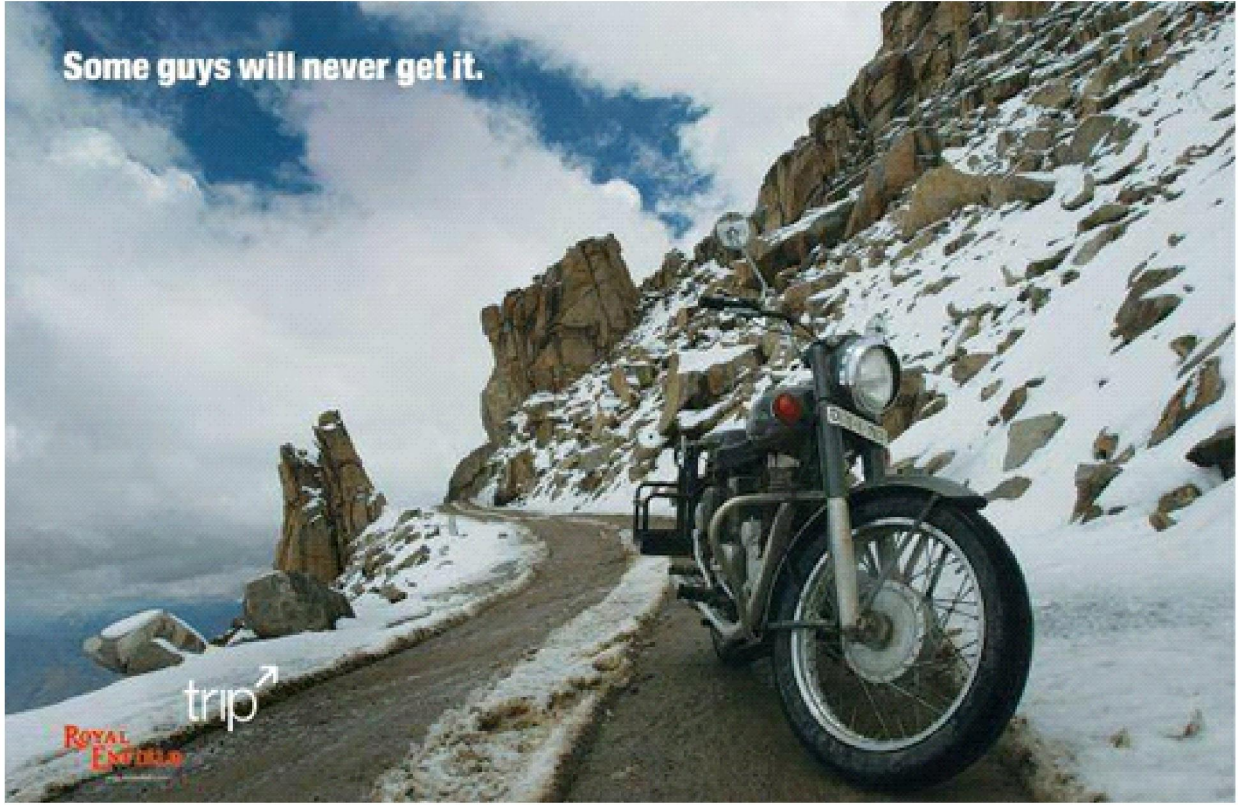
سوال: 1

- (i) Attitude کا ہے؟
- (ii) Power Distance Index کا کیا مطلب ہے؟
- (iii) Law of Pragnanz سے کیا مراد ہے؟
- (iv) Extraversion کو بیان کیجیے۔
- (v) Personality کا کیا مطلب ہے؟
- (vi) Perception کے مراحل کیا ہیں؟
- (vii) برانڈ (What is brand differentiation) برانڈ کی تفریق کیا ہے؟
 - (a) Designing different products in the brand's product line
 - (b) Setting a different brand tagline
 - (c) Creating a distinct identity for brand recognition
 - (d) Targeting different customer segments
- (viii) Perceived Value کی قیمت کیا ہے؟
- (ix) سیکھنے (Learning) کا مطلب کیا ہے؟
- (x) Brand Loyalty سے کیا مراد ہے؟

حصہ دوم

2. Consumer Attitude کو متاثر کرنے والے عوامل (Factors) کیا ہیں؟
3. Tricomponent Model of Attitude کی وضاحت کریں۔
4. ثقافت کیا ہے؟ مثالوں کے ساتھ صارفین کے فیصلے پر ثقافتی اقدار کے اثرات کی وضاحت کریں۔
5. آپریٹنٹ کنڈیشننگ تھیوری (Operant Conditioning Theory) کیا ہے؟
6. علمی سیکھنے (Cognitive Learning) اور مشاہداتی میں (Observational Learning) کیا فرق (Difference) ہے؟
7. برانڈ کی شخصیت (Brand Personality) کی وضاحت کریں۔
8. صارفین کے فیصلے سازی میں سیلف ایج کے کردار کی وضاحت کیجیے۔
9. Explain the role of self-image in consumer's deciding making.
ذیل میں دیے گئے اشتہار کے برانڈ پرسنالٹی ڈائمنشن کا تجزیہ کریں۔

Analyse the brand persolity dimension of the advertisement given below:



حصہ سوم

10. صارف کی فیصلہ سازی میں خاندانی زندگی کے چکر (Family Life Cycle) کے کردار کی وضاحت کریں۔
11. ہوفسٹڈ کے ثقافتی پہلوؤں کے نظریہ کی وضاحت کریں۔ (Hofstede's Cultural Aspects Theory)
12. صارفین کے فیصلہ سازی کے عمل کے مکمل فریم ورک کی وضاحت کریں۔
13. JET ایئرویز کے ذریعے کسٹمر ریلیشن شپ مینجمنٹ کی حکمت عملی کی وضاحت کریں۔
14. مرسیڈیز کی طرف سے اختیار کی گئی کسٹمر مواصلات کی حکمت عملی کی وضاحت کریں۔