

Total Pages : 5

B.Com./5th Sem/COM/25(NEP)

2025

5th Semester Examination (CCFUP : NEP)

MARKETING MANAGEMENT

Paper : MJ 10-T (Single Core Major)

(Consumer Behaviour)

Full Marks : 60

Time : Three Hours

*The figures in the margin indicate full marks.
Candidates are required to give their answers
in their own words as far as practicable.*

Group - A

Answer any *five* questions : 2×5=10

1. Define consumer behaviour.
2. Mention any four popular bases used for segmenting the market.
3. Define perception in the context of consumer behaviour.
4. Mention any four major sources of gathering information by a buyer.
5. What is meant by post-purchase evaluation?
6. Define consumer motivation.
7. What is sub-culture?

P.T.O.

(2)

8. What is persuasive communication?

Group - B

Answer any *four* questions : 5×4=20

9. Explain the importance of consumer behaviour in marketing.
10. Discuss the impact of social class and reference groups on consumer buying decisions.
11. Explain the role of belief and attitude in influencing consumer behaviour.
12. Explain the Trait Theory of Personality and its influence on buying behaviour. 3+2
13. Explain the marketing communication process.
14. What is the significance of consumer motivation and perception in influencing buying decisions?

Group - C

Answer any *three* questions : 10×3=30

15. Critically examine the applications of consumer behaviour in marketing decisions with examples.
16. Analyze the factors affecting consumer behaviour, giving examples from real world marketing.
17. Examine the impact of digital platforms on consumer buying behaviour in today's market.

(3)

18. Explain Maslow's Hierarchy of Needs and its application in marketing. 7+3

19. Analyze how interpersonal and impersonal communication influence consumer perception and behaviour.

বঙ্গানুবাদ

বিভাগ - ক

যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও : ২×৫=১০

- ১। ভোক্তা আচরণের সংজ্ঞা দাও।
- ২। বাজার খণ্ডীকরণের জন্য ব্যবহৃত জনপ্রিয় যে-কোনো চারটি ভিত্তির উল্লেখ করো।
- ৩। ভোক্তা আচরণের পরিপ্রেক্ষিতে উপলব্ধি (Perception)র সংজ্ঞা দাও।
- ৪। একজন ক্রেতার ক্রয় সংক্রান্ত তথ্য সংগ্রহের যে-কোনো চারটি উৎস উল্লেখ করো।
- ৫। ক্রয়োত্তর মূল্যায়ন বলতে কী বোঝো?
- ৬। ভোক্তা প্রেরণা কী?
- ৭। Sub-culture কী?
- ৮। প্রভাবমূলক যোগাযোগ কী?

P.T.O.

(4)

বিভাগ - খ

যে-কোনো চারটি প্রশ্নের উত্তর দাও : $৫ \times ৪ = ২০$

- ৯। বিপণনের ক্ষেত্রে ভোক্তা-আচরণের গুরুত্ব ব্যাখ্যা করো।
- ১০। ভোক্তার ক্রয় সিদ্ধান্তে সামাজিক শ্রেণী এবং রেফারেন্স গ্রুপের প্রভাব আলোচনা করো।
- ১১। ভোক্তার আচরণকে প্রভাবিত করার ক্ষেত্রে 'বিশ্রাম ও মনোভাব' এর ভূমিকা ব্যাখ্যা করো।
- ১২। ব্যক্তিত্বের বৈশিষ্ট্য তত্ত্ব এবং ক্রয় আচরণের উপর এর প্রভাব ব্যাখ্যা করো। ৩+২
- ১৩। বিপণন যোগাযোগের প্রক্রিয়াটি ব্যাখ্যা করো।
- ১৪। ক্রয় সিদ্ধান্তে প্রভাব বিস্তারে ভোক্তার প্রেরণা ও উপলব্ধির তাৎপর্য কী?

বিভাগ - গ

যে-কোনো তিনটি প্রশ্নের উত্তর দাও : $১০ \times ৩ = ৩০$

- ১৫। উদাহরণ সহযোগে বিপণন সিদ্ধান্তে ভোক্তা আচরণের প্রয়োগ সমালোচনামূলক বিশ্লেষণ করো।
- ১৬। বাস্তব উদাহরণ সহযোগে ভোক্তা আরচণকে প্রভাবিতকারী উপাদানসমূহ আলোচনা করো।
- ১৭। বর্তমান বাজারে ডিজিটাল প্ল্যাটফর্ম কীভাবে ভোক্তার ক্রয় আচরণের ওপর প্রভাব বিস্তার করে তা আলোচনা করো।

(5)

- ১৮। ম্যাসলো-এর চাহিদার স্তর ক্রম তত্ত্ব ব্যাখ্যা করো এবং বিপণনে এর প্রয়োগ দেখাও। ৭+৩
- ১৯। আন্তঃব্যক্তিক ও অ-আন্তঃব্যক্তিক যোগাযোগ কীভাবে ভোক্তার ধারণা ও আরচণকে প্রভাবিত করে তা বিশ্লেষণ করো।