



► Affiliated to DAVV, Indore  
► Recognized by Dept. of Higher Education Govt. of M.P.

**BBA | BCOM | MSW | PGDCA**

# CONSUMER BEHAVIOUR

**BBA -3rd year**

## Includes

- ➔ **Syllabus**
- ➔ **Important Questions**
- ➔ **Past examination paper**



**Notes as Per DAVV Syllabus**

Prabhat Kiran Parisar, 25, Press Complex, A.B. Road, Indore  
Ph: 0731-4047400, 8889035888 E-mail: alexiacollege@yahoo.in

**Syllabus**  
**Consumer Behavior**  
**[उपभोक्ता व्यवहार]**  
**BBA-3<sup>rd</sup> Year**  
**[MARKETING GROUP]**  
**MAJOR [मुख्य विषय ]**

**Time : 3 Hour ]**

**Max Marks : 70+30=100]**

**[Min. Passing Marks= 35**

**UNIT - FIRST**

Introduction to Consumer Behavior, Concept, Scope and their applications. Information search Process, Evaluative Criteria and Decision Rules, Building Customer satisfaction.  
उपभोक्ता व्यवहार का परिचय, अवधारणा, क्षेत्र एवं अनुप्रयोग, सूचना खोज प्रक्रिया मूल्यांकन मानदंड एवं निर्णयन के नियम, ग्राहक संतुष्टि निर्माण ।

**UNIT - SECOND**

Consumer Decision Making Process, Four views of Consumer decision rules: Economic man, Passive man, Emotional man, Cognitive man. Models of Consumer Decision making, Nicosia Model.  
उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया, उपभोक्ता निर्णयन चार दृष्टिकोण इकोनॉमिक मैन, पैसिवमैन, इमोशनलमैन, कॉगन्टिवमैन, उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया मॉडल, निकोसिया मॉडल

**UNIT - THIRD**

Consumer Motivation, needs and goals, Positive and Negative Motivation, Dynamic nature of Motivation, Consumer Perception, Conceptual Frame Work. Cultural Influence, Dynamism of culture.  
उपभोक्ता प्रेरणा, आवश्यकता एवं लक्ष्य, सकारात्मक एवं नकारात्मक अभिप्रेरण, अभिप्रेरण की गतिशील प्रकृति, उपभोक्ता अवबोधन, अवधारणात्मक स्वरूप । सांस्कृतिक प्रभाव, संस्कृति की व्यापकता।

**UNIT - FOURTH**

Consumer attitude and change. Influence of personality and selfconcept on buying behavior. Diffusion of innovations, Diffusion Process, the Adoption Process.  
उपभोक्ता अभिरूची एवं परिवर्तन, व्यक्तित्व का प्रभाव एवं क्रय व्यवहार की स्व. अवधारणा, नवाचार एवं प्रस्फुरण प्रक्रिया, अवधारण प्रक्रिया।

**UNIT - FIFTH**

Reference group influence, profile of consumer's opinion leadership, Industrial buying behavior, CRM and Consumer Protection.  
संदर्भ समूह प्रभाव, उपभोक्ता अभिमत नेतृत्व, औद्योगिक क्रय व्यवहार, CRM एवं उपभोक्ता संरक्षण ।

**BBA-3<sup>rd</sup> Year**  
**[MARKETING GROUP]**  
**Consumer Behavior**  
**[उपभोक्ता व्यवहार]**  
**Exam Oriented Important Question**  
**परीक्षोपयोगी महत्वपूर्ण प्रश्न**

**UNIT - FIRST**

**Introduction to Consumer Behavior**

**उपभोक्ता व्यवहार का परिचय**

1. What is Consumer Behavior? Explain its concept and scope.  
उपभोक्ता व्यवहार क्या है? इसकी अवधारणा एवं क्षेत्र की व्याख्या कीजिए।
2. Discuss the applications and importance of Consumer Behavior.  
उपभोक्ता व्यवहार के अनुप्रयोग एवं महत्व की चर्चा कीजिए।
3. Explain the information search process of consumers.  
उपभोक्ताओं की सूचना खोज प्रक्रिया को समझाइए।
4. What are evaluative criteria and decision rules?  
मूल्यांकन मानदंड एवं निर्णयन के नियम क्या हैं?
5. Explain the concept of customer satisfaction.  
ग्राहक संतुष्टि की अवधारणा समझाइए।
6. How can customer satisfaction be built and maintained?  
ग्राहक संतुष्टि का निर्माण एवं संरक्षण कैसे किया जाता है?

**UNIT - SECOND**

**Consumer Decision Making Process**

**उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया**

1. Explain the consumer decision making process.  
उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।
2. Describe the four views of consumer decision rules.  
उपभोक्ता निर्णयन के चार दृष्टिकोणों का वर्णन कीजिए।
3. Explain the concept of Economic Man and Passive Man.  
इकोनॉमिक मैन एवं पैसिव मैन की अवधारणा समझाइए।
4. Discuss Emotional Man and Cognitive Man models.  
इमोशनल मैन एवं कॉग्निटिव मैन मॉडल की चर्चा कीजिए।
5. Explain the models of consumer decision making.  
उपभोक्ता निर्णयन प्रक्रिया के मॉडलों की व्याख्या कीजिए।
6. Describe the Nicosia Model of consumer behavior.  
उपभोक्ता व्यवहार के निकोसिया मॉडल का वर्णन कीजिए।

**UNIT - THIRD**

**Motivation, Perception and Culture**

**प्रेरणा, अवबोधन एवं संस्कृति**

1. What is consumer motivation? Explain needs and goals.  
उपभोक्ता प्रेरणा क्या है? आवश्यकताओं एवं लक्ष्यों को समझाइए।
2. Differentiate between positive and negative motivation.  
सकारात्मक एवं नकारात्मक अभिप्रेरणा में अंतर स्पष्ट कीजिए।
3. Explain the dynamic nature of motivation.  
अभिप्रेरणा की गतिशील प्रकृति की व्याख्या कीजिए।
4. What is consumer perception? Explain its conceptual framework.  
उपभोक्ता अवबोधन क्या है? इसके अवधारणात्मक स्वरूप को समझाइए।
5. Discuss the cultural influences on consumer behavior.  
उपभोक्ता व्यवहार पर सांस्कृतिक प्रभावों की चर्चा कीजिए।
6. Explain the dynamism of culture.  
संस्कृति की गतिशीलता की व्याख्या कीजिए।

## UNIT - FOURTH

### Consumer Attitude and Innovation

#### उपभोक्ता अभिरुचि एवं नवाचार

1. What is consumer attitude? Explain its formation and change.  
उपभोक्ता अभिरुचि क्या है? उसके निर्माण एवं परिवर्तन को समझाइए।
2. Explain the factors influencing change in consumer attitude.  
उपभोक्ता अभिरुचि में परिवर्तन को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए।
3. Discuss the influence of personality on buying behavior.  
क्रय व्यवहार पर व्यक्तित्व के प्रभाव की चर्चा कीजिए।
4. Explain the role of self-concept in consumer behavior.  
उपभोक्ता व्यवहार में स्व-अवधारणा की भूमिका समझाइए।
5. What is diffusion of innovations? Explain the diffusion process.  
नवाचारों का प्रस्फुरण क्या है? प्रस्फुरण प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।
6. Describe the adoption process of new products.  
नए उत्पादों की अवधारण (Adoption) प्रक्रिया का वर्णन कीजिए।

## UNIT - FIFTH

### Reference Group, Industrial Buying and CRM

#### संदर्भ समूह, औद्योगिक क्रय व्यवहार एवं CRM

1. Explain reference group influence on consumer behavior.  
उपभोक्ता व्यवहार पर संदर्भ समूह के प्रभाव को समझाइए।
2. Describe the profile of consumer opinion leadership.  
उपभोक्ता अभिमत नेतृत्व की रूपरेखा का वर्णन कीजिए।
3. What is industrial buying behavior? Explain its features.  
औद्योगिक क्रय व्यवहार क्या है? इसकी विशेषताएं बताइए।
4. Differentiate between consumer buying and industrial buying behavior.  
उपभोक्ता क्रय एवं औद्योगिक क्रय व्यवहार में अंतर स्पष्ट कीजिए।
5. Explain the concept and importance of CRM.  
CRM की अवधारणा एवं महत्व की व्याख्या कीजिए।
6. Discuss consumer protection and its role in marketing.  
उपभोक्ता संरक्षण एवं विपणन में उसकी भूमिका की चर्चा कीजिए।

Roll No.....  
2500 15/10/15/20

**April 2025**  
**B. B. A. Third Year (4 Y. D. C.) Examination**  
**उपभोक्ता व्यवहार**  
**CONSUMER BEHAVIOUR**  
**DSE I (Marketing)**  
**Sub Group Paper SA - 2**

Time 3 Hours]

[Max. Marks 70]

[Min. Marks 25]

**नोट :** सभी खण्ड अनिवार्य हैं। सभी के लिए अंक वितरण योजना प्रश्नपत्र में दर्शाये अनुसार होगी। दृष्टि बाधित छात्रों के लिए 60 मिनट अतिरिक्त समय दिया जाएगा।

विश्वविद्यालय के पास अंक वितरण में परिवर्तन का अधिकार सुरक्षित है।

Each section is compulsory. The marks distribution is same as shown in the question paper. The blind students will be given 60 minutes extra time.

University has all rights to change the distribution of marks.

[ 6×1 = 6 ]

**खण्ड अ : वस्तुनिष्ठ प्रश्न**

**Section A : Objective Question**

**नोट :** सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

All questions are compulsory.

1. .... उपभोक्ताओं की अपनी पसंद, आवश्यकता और निश्चित रूप से जेब के अनुसार उत्पादों और सेवाओं को खरीदने की इच्छा के अलावा और कुछ नहीं है :  
(अ) उपभोक्ता व्यवहार (ब) उपभोक्ता हित  
(स) उपभोक्ता रवैया (द) उपभोक्ता धारणा  
..... is nothing but willingness of consumers to purchase products and services as per their taste, need and of course pocket :  
(a) Consumer Behaviour  
(b) Consumer Interest  
(c) Consumer Attitude  
(d) Consumer Perception
2. .... किसी व्यक्ति की जरूरतों, चाहतों और व्यवहार पर सबसे बुनियादी प्रभावों में से एक है :  
(अ) ब्राण्ड (ब) संस्कृति  
(स) उत्पाद (द) कीमत  
..... is one of the most basic influence on an individual's needs, wants and behaviour :  
(a) Brand  
(b) Culture  
(c) Product  
(d) Price

3. .... संदर्भ समूह का वह व्यक्ति है जो विशेष कौशल, ज्ञान, व्यक्तित्व या अन्य विशेषताओं के कारण दूसरों पर प्रभाव डालता है :  
(अ) सुविधाकर्ता (ब) संदर्भ अभिनेता  
(स) राय के नेता (द) सामाजिक भूमिका खिलाड़ी  
The ..... is a person within a reference group who because of special skills, knowledge, personality or other characteristics, exerts influence on others :  
(a) Facilitator  
(b) Referent Actor  
(c) Opinion Leader  
(d) Social Role Player
4. यदि कोई उपभोक्ता किसी कार को “बाजार की सबसे किफायती कार” के रूप में वर्णित करता है, तो यह विवरण एक ..... है :  
(अ) नियम (ब) नजरिया  
(स) आस्था (द) संकेत  
If a consumer describes a car as being the “most economical car on the market”, then this descriptor is an ..... :  
(a) Rule  
(b) Attitude  
(c) Belief  
(d) Clue
5. .... वह मानसिक प्रक्रिया है जिसके माध्यम से एक व्यक्ति किसी नवाचार के बारे में पहली बार सुनने से लेकर अंतिम रूप से अपनाने तक गुजरता है :  
(ब) उपभोग प्रक्रिया (अ) शोध लेने की प्रक्रिया  
(द) नई उत्पाद विकास प्रक्रिया (स) नवप्रवर्तन प्रक्रिया  
The ..... is the mental process through which an individual passes from first hearing about an innovation to final adoption :  
(b) Consumption Process (a) Adoption Process  
(d) New Product Development Process. (c) Entrepreneurship Process
6. .... उस जानकारी को संदर्भित करता है जिसे उपभोक्ता ने किसी उत्पाद या सेवा के बारे में अपनी मेमोरी में संग्रहित किया है :  
(ब) उत्पाद के बारे में ज्ञान (अ) संज्ञानात्मक असंगति  
(द) विपणन अनुसंधान (स) उत्पाद अनुसंधान  
..... refers to the information a consumer has stored in their memory about a product or service :  
(a) Cognitive Dissonance  
(b) Product Knowledge  
(c) Product Research  
(d) Marketing Research.

[5×8 = 40]

Section B : Short Answer Question

खण्ड ब : लघुत्तरीय प्रश्न

नोट : सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

Note : All questions are compulsory.

1. उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिए। उपभोक्ता व्यवहार के आयामों की व्याख्या कीजिए।  
Define Consumer Behaviour. Explain the dimensions of Consumer Behaviour.  
**अथवा OR**  
क्रय निर्णयों पर व्यक्तित्व के प्रभाव की व्याख्या कीजिए। उदाहरण दीजिए।  
Explain the influence of Personality on Buying Decisions. Give example.
2. प्रसार प्रक्रिया के चार मूल तत्वों की व्याख्या कीजिए।  
Explain the four basic elements of the Diffusion Process.  
**अथवा OR**  
संस्कृति, उपसंस्कृति और क्रॉस संस्कृति उपभोक्ता व्यवहार को कैसे प्रभावित करती है ?  
How do culture, sub-culture and cross-culture affect Consumer Behaviour ?
3. उपभोक्ता निर्णय लेने के निकोसिया मॉडल की विशेषताओं और उपयोगों पर चर्चा कीजिए।  
Discuss the characteristics and uses of Nicosia Model of Consumer Decision-Making.  
**अथवा OR**  
क्या उपभोक्ता का 'रवैया' और उपभोक्ता की 'धारणा' एक ही है ? अपने उत्तर के समर्थन में तार्किक कारण दीजिए।  
Are 'Consumer Attitude' and 'Consumer Perception' the same ? Give logical reasons to support your answer.
4. उपभोक्ता व्यवहार को समझने के लिए जानकारी एकत्र करने के विभिन्न स्रोत क्या हैं ? उदाहरण सहित समझाइए।  
What are the various sources for collecting the information to understand Consumer's Behaviour ? Explain with examples.  
**अथवा OR**  
संदर्भ समूह क्या है ? विपणन द्वारा उपयोग में लाई जा रही विभिन्न संदर्भ समूह अपीलें क्या हैं ? उदाहरण सहित समझाइए।  
What are Reference Groups ? What are the various reference group appeals being used by marketers ? Explain with examples.
5. उपभोक्ता संरक्षण से आप क्या समझते हैं ? उपभोक्ता संरक्षण परिषदों की भूमिका क्या है ?  
What do you understand by Consumer Protection ? What is the role of Consumer Protection Councils ?  
**अथवा OR**  
स्व-छवि शब्द को परिभाषित कीजिए। यह कैसे उपभोक्ता निर्णय लेने को प्रभावित करता है ?  
Define the term Self-Images. How does it impact Consumer Decision Making ?

[2×12 = 24]

**खण्ड स : दीर्घउत्तरीय प्रश्न**

**Section C : Long Answer Question**

**नोट :** किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

**Note :** Answer any two questions.

1. "उपभोक्ता व्यवहार का अनुशासन विपणन अवधारणा में निहित है।" उपभोक्ता व्यवहार और उसकी अंतर्विषय प्रकृति का अध्ययन करने की आवश्यकता पर चर्चा कीजिए।

“The discipline of consumer behaviour is rooted in the marketing concept.” Discuss the need to study Consumer Behaviour and its interdisciplinary nature.

2. “उद्देश्य” से आप क्या समझते हैं ? तर्कसंगत उद्देश्य क्या है ? उपभोक्ता व्यवहार के प्रेरक सिद्धांतों की व्याख्या कीजिए। उदाहरण दीजिए।  
What do you understand by ‘Motive’ ? What are Rational Motive ? Explain the Motivational Theories of Consumer Behaviour. Give examples.
3. ओपिनियन लीडर्स को परिभाषित कीजिए। ओपिनियन लीडर्स के लक्षण / विशेषताएँ क्या हैं और विपणक इस अवधारणा का उपयोग कैसे करते हैं ?  
Define Opinion Leaders. What are the traits / characteristics of Opinion Leaders and how is the concept used by marketers ?
4. गोद लेने की प्रक्रिया क्या है ? उपभोक्ता अपनाने प्रक्रिया के पाँच चरणों पर उदाहरण सहित चर्चा कीजिए।  
What is Adoption Process ? Discuss the five stages in Consumer Adoption Process with examples.
5. उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया के विभिन्न चरणों पर चर्चा कीजिए जिन्हें उपभोक्ता पहली बार लैपटॉप खरीदते समय गुजरता है। संज्ञानात्मक असंगति क्या है और इस मामले में इसे कैसे दूर किया जा सकता है ?  
Discuss the various stages of the Consumer Decision Making Process that a consumer will go through when purchasing a Laptop for the first time. What is Cognitive Dissonance and how can it be overcome in this case ?