


**RAN-1901130603050001**
**M.A. (Sem. - III) Examination November - 2025**
**Psychology : Paper - XV**
**Consumer Psychology-I**
**Time: 2 Hours ]**
**[ Total Marks: 50**
**સૂચના : / Instructions**

- (1) ઉપરોક્ત દર્શાવેલ વિગતો ઉત્તરવહી પર અવશ્ય લખવી.  
Fill up strictly the above details on your answer book
- (2) જમણી બાજુના અંક પ્રશ્નના ગુણ દર્શાવે છે.  
Figure to the right indicates full marks of the question

**Seat No.:**
     

Student's Signature

**પ્ર. 1. નીચેના પ્રશ્નોમાં દર્શાવ્યા મુજબ જવાબ આપો :**
**(10)**
**Answer the following question as directed**

- ઉપભોક્તા વર્તનના અભ્યાસને નોંધપાત્ર રીતે આગળ વધારનાર ઘટકો કયા?  
Which factors have significantly advanced the study of consumer behavior
- મુલાકાતની વિશ્વસનીયતા અને યથાર્થતાનું એક-એક ઉદાહરણ આપો.  
Give one example of the reliability and validity of the interview.
- ઉપભોક્તાઓને કયા બે વર્ગોમાં વહેંચી શકાય?  
In which two categories can consumers be divided?
- PARM નામની સંસ્થાએ શેનો સુઆયોજિત અને તુલનાત્મક અભ્યાસ કર્યો?  
What did an organization called PARM conduct a well-planned and comparative study of?
- સાધનમુલક અભિસંધાનના સંદર્ભમાં એક ગ્રાહક તરીકેના વર્તનમાં કઈ બાબતો સાધન તરીકેનું કામ કરે છે?  
What factors act as instruments in one's behavior as a consumer in the context of instrumental conditioning?

**પ્ર. 2. ગ્રાહકના વર્તનને સમજવા માટે મનોવિજ્ઞાનના સિદ્ધાંતોનો કયાં કેવી રીતે ઉપયોગ કરી શકાય?** **(13)**  
Where and how can the principles of psychology be used to understand customer behavior?

**OR**

મનોવિજ્ઞાનના સિદ્ધાંતોનો ઉપયોગ કરી અસરકારક જાહેરાત કેવી રીતે બનાવી શકાય? **(13)**  
How can effective advertising be created using the principles of psychology?

**પ્ર. 3. ઉપભોક્તા ના વર્તનને શિક્ષણના સિદ્ધાંતોની મદદથી સમજાવો.** **(13)**  
Explain consumer behavior with the help of learning principles.

**OR**

ઉદ્દીપનના ઉમરા અને પ્રત્યક્ષીકરણ આલેખન ની પ્રક્રિયા સમજાવો. **(13)**  
Explain the process of stimulation threshold and perceptual mapping

પ્ર. 4. વર્ણનાત્મક નોંધ લખો. (ગમે તે બે)

(14)

**Write a descriptive note: (Any two)**

1. ઉપભોક્તા મનોવિજ્ઞાન શા માટે?

Why consumer psychology?

2. જાહેરાતની અસરકારકતા શેના આધારે નક્કી કરશો?

On what basis would you judge the effectiveness of advertising?

3. પ્રેરણા સંશોધન પદ્ધતિ.

Motivational research method

4. ઉપભોક્તાના જોખમો અને તેને ઘટાડવાની રીતો.

Consumer risks and ways to reduce them.