

[This question paper contains 4 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 3698

J

Unique Paper Code : 2413082007

Name of the Paper : Sustainability Marketing

Name of the Course : **B.Com. (H) – DSE**

Semester : IV – UGCF

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 90

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt **all** questions, **all** questions are compulsory
3. **All** questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए ।
 2. सभी प्रश्न कीजिए, सभी प्रश्न अनिवार्य हैं ।
 3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।
 4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।
-
1. (a) Explain the challenges faced by the organisations while practising sustainability marketing. What role do ethical considerations play in the decision-making process?

OR

- (b) “The Sustainable Development Goals (SDGs) are a universal call to action to create a more fair, just, and equitable world ensuring no one is left behind.” In light of the above statement, explain the concept of SDGs and their acceptability across the globe.

P.T.O.

2. (a) "Studying the marketing environment is a prerequisite for effectively targeting and positioning sustainable brands". Suggest several ways to target and position sustainable products effectively.

OR

- (b) What is a Holistic Approach to sustainability? Explain the various dimensions of the holistic approach to sustainability.
3. (a) Explain the role of environmental consciousness, sustainable consumption beliefs, social norms, and values while making purchase decisions related to environmentally friendly products. Support your answer with relevant examples.

OR

- (b) How do the values and priorities of LOHAS consumers influence their purchasing decisions? What are the leading factors influencing individuals to adopt sustainable consumption practices?
4. Write short notes on :
- (a) Triple bottom line
- (b) Sustainable branding
- (c) 'Enthusiasts' class of consumers

OR

What strategies can business firms adopt to develop new sustainable products that address environmental and social concerns? Support your answer with examples.

5. (a) "The whole world can be integrated through the sustainability marketing initiatives of the corporations". Explain, how.

OR

- (b) Briefly explain the Energy Conservation Act, 2001, and the Environment (Protection) Act, 1986. Suggest their implications for marketers of sustainable products.

1. (क) संधारणीयता विपणन करते समय संगठनों के सामने आने वाली चुनौतियों की व्याख्या कीजिए। निर्णय लेने की प्रक्रिया में नैतिक विचार क्या भूमिका निभाते हैं?

या

(ख) “सतत विकास लक्ष्य (एसडीजी) एक अधिक निष्पक्ष, न्यायपूर्ण और समतापूर्ण दुनिया बनाने के लिए कार्रवाई का एक सार्वभौमिक आह्वान है, जो यह सुनिश्चित करता है कि कोई भी पीछे न छूटे।” उपरोक्त कथन के आलोक में, एसडीजी की अवधारणा और दुनिया भर में उनकी स्वीकार्यता की व्याख्या कीजिए।

2. (क) “संधारणीय ब्रांडों को प्रभावी ढंग से लक्षित करने और उनकी स्थिति निर्धारित करने के लिए विपणन माहौल का अध्ययन करना एक पूर्वपेक्षा है”। संधारणीय उत्पादों को प्रभावी ढंग से लक्षित करने और उनकी स्थिति निर्धारित करने के कई तरीके सुझाइये।

या

(ख) संधारणीयता के लिए एक समग्र दृष्टिकोण क्या है? संधारणीयता के लिए समग्र दृष्टिकोण के विभिन्न आयामों की व्याख्या कीजिए।

3. (क) पर्यावरण के अनुकूल उत्पादों से संबंधित खरीद निर्णय लेते समय पर्यावरणीय चेतना, संधारणीय उपभोग विश्वासों, सामाजिक मानदंडों और मूल्यों की भूमिका की व्याख्या कीजिए। प्रासंगिक उदाहरणों के साथ अपने उत्तर का समर्थन कीजिए।

या

(ख) LOHAS उपभोक्ताओं के मूल्य और प्राथमिकताएँ उनके क्रय निर्णयों को कैसे प्रभावित करती हैं? व्यक्तियों को संधारणीय उपभोग प्रथाओं को अपनाने के लिए प्रभावित करने वाले प्रमुख कारक क्या हैं?

4. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) ट्रिपल बॉटम लाइन

(ख) संधारणीय ब्रांडिंग

(ग) उपभोक्ताओं का ‘उत्साही’ वर्ग

अथवा

व्यावसायिक फर्म पर्यावरण और सामाजिक चिंताओं को संबोधित करने वाले नए संधारणीय उत्पादों को विकसित करने के लिए क्या रणनीतियाँ अपना सकती हैं? उदाहरणों के साथ अपने उत्तर का समर्थन कीजिए।

5. (क) “पूरी दुनिया को निगमों की संधारणीयता विपणन पहलों के माध्यम से एकीकृत किया जा सकता है”। समझाइये, कैसे।

अथवा

(ख) ऊर्जा संरक्षण अधिनियम, 2001 और पर्यावरण (संरक्षण) अधिनियम, 1986 की संक्षेप में व्याख्या कीजिए। संधारणीय उत्पादों के विपणन के लिए उनके निहितार्थों का सुझाव दीजिए।