

Sr. No. of Question Paper: 10092

Unique paper code: 2203010036

Name of the course: B.Sc. (Hons.) Home Science, Semester VII, NEP- UGCF

Name of the paper: Fashion Marketing and Merchandising

Duration: 2 Hours

Maximum Marks: 60

Instructions for Candidates:

1. Write your roll number on the top immediately upon receipt of this question paper.
2. **Question no. 1 is compulsory. Attempt four questions in all.**
3. All questions carry equal marks.
4. Supplement your answers with illustrations wherever required.
5. Answers may be written in English or Hindi but the same medium should be followed throughout the paper.

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश:

1. इस प्रश्न-पत्र के प्राप्त होने पर तुरंत अपना रोल नंबर लिखें।
2. **प्रश्न 1 अनिवार्य है। कुल मिलाकर चार प्रश्नों का उत्तर दें।**
3. सभी प्रश्नों के समान अंक हैं।
4. जहाँ भी आवश्यक हो, उत्तरों को चित्र के साथ पूरा करें।
5. इस प्रश्न पत्र का उत्तर अंग्रेज़ी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिये, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम समान होना चाहिए।

Q.1 A. Define any five of the following with suitable example and/or illustration-

(2 x 5 = 10)

- a) Signage
- b) GMROI
- c) Psychographic segmentation
- d) SKU
- e) Hard Goods
- f) Reminder advertising
- g) Atmospherics
- h) 4-way racks

B. Differentiate between any one of the following-

(5)

- a) Product width Vs Product depth
- b) Markup Vs Mark down pricing
- c) Grid-layout Vs Race track store layout

प्रश्न 1 अ. उपयुक्त उदाहरण और/या चित्रण सहित निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच को परिभाषित कीजिए-

(2 x 5 = 10)

- क) साइनेज
- ख) GMROI
- ग) साइकोग्राफिक सेगमेंटेशन
- घ) SKU
- ङ) हार्ड गुड्स
- च) रिमाइंडर विज्ञापन
- छ) एटमॉस्फेरिक्स
- ज) 4-वे रैक

ब. निम्नलिखित में से किसी एक के बीच अंतर बताइए-

(5)

- क) उत्पाद की चौड़ाई बनाम उत्पाद की गहराई
- ख) मार्कअप बनाम मार्क डाउन मूल्य निर्धारण

ग) ग्रिड-लेआउट बनाम रेस ट्रेक स्टोर लेआउट

Q2. a) Discuss the various types of retail institution formats, highlighting their key characteristics, advantages, and examples from the retail industry. (10)

b) What are the important factors that should be considered while making decisions for advertising budget? (5)

प्रश्न 2. (क) खुदरा संस्थान प्रारूपों के विभिन्न प्रकारों पर चर्चा कीजिए, उनकी प्रमुख विशेषताओं, लाभों और खुदरा उद्योग के उदाहरणों पर प्रकाश डालिए। (10)

ख) विज्ञापन बजट के लिए निर्णय लेते समय किन महत्वपूर्ण कारकों पर विचार किया जाना चाहिए?

Q.3 a) What is personal selling? What are the principles that constitute personal selling? (7)

b) How do marketers categorize consumers into different market segments? Discuss the various bases of market segmentation with appropriate examples from the fashion industry. (8)

प्रश्न 3 (क) व्यक्तिगत विक्रय क्या है? व्यक्तिगत विक्रय के सिद्धांत क्या हैं? (7)

(ख) विपणक उपभोक्ताओं को विभिन्न बाजार खंडों में कैसे वर्गीकृत करते हैं? फैशन उद्योग से उपयुक्त उदाहरणों सहित बाजार विभाजन के विभिन्न आधारों पर चर्चा कीजिए। (8)

Q.4 a) Examine the major factors influencing inventory levels and product availability across various retail formats. (7)

b) Describe the fundamental functions of marketing and explain how they are linked to the 4Ps of marketing within the fashion industry. (8)

प्रश्न 4: (क) विभिन्न खुदरा प्रारूपों में इन्वेंट्री स्तर और उत्पाद उपलब्धता को प्रभावित करने वाले प्रमुख कारकों की जाँच कीजिए। (7)

ख) विपणन के मूलभूत कार्यों का वर्णन कीजिए और समझाइए कि वे फैशन उद्योग में विपणन के 4P से कैसे जुड़े हैं। (8)

Q.5 a) Define fashion merchandising and explain the different types of merchandise involved in the fashion retail process with suitable examples. (7)

b) Explain the concepts of product positioning and product differentiation, and discuss how they help fashion brands create a unique identity in a competitive market. (8)

प्रश्न 5: (क) फैशन मर्चेन्डाइजिंग को परिभाषित कीजिए और उपयुक्त उदाहरणों के साथ फैशन रिटेल प्रक्रिया में शामिल विभिन्न प्रकार के मर्चेन्डाइज की व्याख्या कीजिए। (7)

ख) उत्पाद पोजिशनिंग और उत्पाद विभेदीकरण की अवधारणाओं की व्याख्या कीजिए और चर्चा कीजिए कि ये फैशन ब्रांडों को प्रतिस्पर्धी बाजार में एक विशिष्ट पहचान बनाने में कैसे मदद करते हैं। (8)

Q.6 Write a short note on any three of the following -

(3 x 5 = 15)

a) 5 M's of Advertising

b) Window display

c) Assortment Planning

d) Pricing strategies for new products

प्रश्न 6. निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए -

(3 x 5 = 15)

क) विज्ञापन के 5 M

ख) विंडो डिस्प्ले

ग) वर्गीकरण योजना

घ) नए उत्पादों के लिए मूल्य निर्धारण रणनीतियाँ