

Sr. No. of Question Paper : 10113

Unique Paper Code : 2203600039

Name of the Paper : Consumer Behaviour and Marketing Management

Name of the course : NEP UGCF BSc. (Pass) Home Science

Semester : VII

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. Answer **five** questions in all.
3. All questions carry equal marks.

उम्मीदवारों के लिए निर्देश:

1. इस प्रश्न - पत्र के प्राप्त होने पर तुरंत शीर्ष पर अपना रोल नंबर लिखें ।
 2. पाँच सवालों के जवाब दें ।
 3. सभी प्रश्न समान अंक के हैं ।
-
1. Discuss the role of macro-environmental factors (demographic, economic, technological, political, legal, social, and cultural) in shaping marketing decisions. (18)
विपणन निर्णयों को आकार देने में व्यापक पर्यावरणीय कारकों (जनसांख्यिकीय, आर्थिक, प्रौद्योगिकीय, राजनीतिक, कानूनी, सामाजिक और सांस्कृतिक) की भूमिका पर चर्चा कीजिए।
 2. Discuss the importance of marketing research in decision-making. Describe the steps involved in conducting marketing research with examples. (18)
निर्णय लेने में विपणन अनुसंधान के महत्व पर चर्चा कीजिए। विपणन अनुसंधान करने की विभिन्न चरणों का उदाहरण सहित वर्णन कीजिए।
 3. Explain the five-stage consumer buying decision process. How can marketers use this model to enhance customer satisfaction and loyalty? (18)
उपभोक्ता की पाँच-चरणीय खरीद निर्णय प्रक्रिया को समझाइए। विपणक इस मॉडल का उपयोग ग्राहक संतुष्टि और निष्ठा बढ़ाने के लिए कैसे कर सकते हैं, समझाइए।
 4. With the rapid growth of digital marketing, traditional marketing tools are evolving. Analyze the advantages and challenges of digital marketing and suggest strategies to integrate digital tools with conventional methods for better consumer engagement. (18)
डिजिटल विपणन के तीव्र विकास के साथ पारंपरिक विपणन उपकरणों में परिवर्तन हुआ है। डिजिटल विपणन के लाभ और चुनौतियों का विश्लेषण कीजिए तथा उपभोक्ता सहभागिता बढ़ाने के लिए पारंपरिक और डिजिटल उपकरणों के एकीकरण की रणनीतियाँ सुझाइए।
 5. Discuss the concept of product life cycle (PLC). Describe the marketing strategies suitable for different stages of the PLC with examples. (18)

उत्पाद जीवन चक्र (Product Life Cycle - PLC) की अवधारणा को समझाइए। PLC के विभिन्न चरणों के लिए उपयुक्त विपणन रणनीतियों का उदाहरण सहित वर्णन कीजिए।

6. What do you understand by brand differentiation? Explain various bases of differentiation and their importance in building strong brands. (18)

ब्रांड विभेदीकरण (Brand Differentiation) से आप क्या समझते हैं? विभेदीकरण के विभिन्न आधारों को समझाइए तथा मजबूत ब्रांड निर्माण में उनके महत्व पर चर्चा कीजिए।

7. Write short notes on **any three** of the following:

(3x6=18)

- a) Importance and Scope of Marketing
- b) Company Orientations towards Market and Marketing
- c) Marketing Mix and its Components
- d) Consumer Adoption Process
- e) Role and Tools of Marketing Communication

किसी तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए:

- a) विपणन का महत्व और क्षेत्र
- b) बाजार और विपणन के प्रति कंपनियों की अभिविन्यास
- c) विपणन मिश्रण और उसके घटक
- d) उपभोक्ता अपनाने की प्रक्रिया
- e) विपणन संचार की भूमिका और उपकरण