

This question paper contains 4 printed pages]

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 9459

Unique Paper Code : 2203010036

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

Name of the Paper : Fashion Marketing and Merchandising

Semester : VII

Duration : 2 Hours

Maximum Marks : 60

(Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.)

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।)

Note : — Answers may be written either in **English** or in **Hindi**; but the same medium should be used throughout the paper.

टिप्पणी :— इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए; परन्तु सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

Question No. 1 is compulsory. Attempt *four* questions in all.

All questions carry equal marks.

Supplement your answers with illustrations wherever required.

प्रश्न क्र. 1 अनिवार्य है। कुल मिलाकर चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

जहाँ भी आवश्यक हो, उत्तरों को चित्र के साथ पूरा कीजिए।

P.T.O.

1. (A) Define any *five* of the following with suitable example and/or illustrations :

2×5=10

(a) Flea Market

(b) GMROI

(c) SKU

(d) Planogram

(e) Mannequin

(f) Hard Good

(g) Atmospherics

(h) Psychological pricing

(B) Differentiate between any *one* of the following :

5

(a) Grid-layout Vs Race track store layout

(b) Product positioning Vs Product differentiation

(c) Multichannel Vs Omni channel retailing.

(अ) निम्नलिखित में से किन्हीं पाँच को उपयुक्त उदाहरण या चित्र सहित परिभाषित कीजिए :

(क) फ्ली मार्केट

(ख) जी.एम.आर.ओ.आई (GMROI)

(ग) एस.के.यू.

(घ) प्लैनोग्राम

(ङ) मैनिक्विन

(च) हार्ड गुड्स

(छ) वातावरणीय तत्त्व

(ज) मनोवैज्ञानिक मूल्य निर्धारण।

(ब) निम्नलिखित में से किसी एक के बीच अंतर बताइए :

(क) ग्रिड लेआउट बनाम रेस ट्रेक स्टोर लेआउट

(ख) उत्पाद स्थिति निर्धारण बनाम उत्पाद भिन्नता

(ग) मल्टी-चैनल बनाम ओम्नी-चैनल रिटेलिंग।

2. (a) What do you understand by the term Product Mix ? Explain the key strategies a marketer can adopt to develop and manage an effective product mix. 10

(b) What are the different ways in which a fashion marketer can differentiate their brand from competitors ? 5

(क) उत्पाद मिश्रण ('प्रोडक्ट मिक्स') से आप क्या समझते हैं ? एक प्रभावी उत्पाद मिश्रण विकसित करने और प्रबंधित करने के लिए एक विपणक द्वारा अपनाई जाने वाली प्रमुख रणनीतियों की व्याख्या कीजिए।

(ख) एक फैशन विपणक अपने ब्रांड को प्रतिस्पर्धियों से अलग कैसे कर सकता है ?

3. (a) Describe the core functions of marketing and discuss their relationship to the 4Ps in the context of the fashion industry. 7

(b) How do marketers segment the market ? Explain various segmentation bases with relevant examples of fashion brands. 8

(क) फैशन उद्योग के संदर्भ में विपणन के मुख्य कार्यों का वर्णन कीजिए और 4Ps के साथ उनके संबंधों पर चर्चा कीजिए।

(ख) विपणक बाजार को कैसे विभाजित करते हैं ? फैशन ब्रांडों के प्रासंगिक उदाहरणों के साथ विभिन्न विभाजन आधारों की व्याख्या कीजिए।

4. (a) Compare and contrast traditional brick-and-mortar retail formats with non-store retail formats. Give suitable examples. 7

(b) Analyze how visual presentation techniques differ across retail formats such as supermarkets, fashion stores and luxury boutiques. 8

(क) पारंपरिक ईट-और-मोर्टार खुदरा प्रारूपों की तुलना गैर-स्टोर खुदरा प्रारूपों से कीजिए। उपयुक्त उदाहरण दीजिए।

(ख) विश्लेषण कीजिए कि सुपरमार्केट, फैशन स्टोर और लक्जरी बुटीक जैसे खुदरा प्रारूपों में दृश्य प्रस्तुति तकनीकें किस प्रकार भिन्न होती हैं ?

5. (a) Critically evaluate the importance of space planning, lighting and color coordination as key presentation techniques in visual merchandising. Give suitable examples. 8

(b) Discuss the key factors that affect inventory levels and product availability in different retail formats. 7

(क) विजुअल मर्चेन्डाइजिंग में स्पेस प्लानिंग, लाइटिंग और कलर को ऑर्डिनेशन के महत्व का समालोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए। उपयुक्त उदाहरण दीजिए।

(ख) विभिन्न रिटेल प्रारूपों में इन्वेंटरी स्तरों और उत्पाद उपलब्धता को प्रभावित करने वाले प्रमुख कारकों पर चर्चा कीजिए।

6. Write short notes on any *three* of the following : 3×5=15

(a) Window display

(b) Mark-up

(c) Concept, importance and sales performance of assortment planning

(d) Growth and decline phase of product life cycle.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

(क) विंडो डिस्प्ले

(ख) मार्क-अप

(ग) वर्गीकरण योजना की अवधारणा, महत्व और विक्रय प्रदर्शन

(घ) उत्पाद जीवन चक्र के वृद्धि और पतन चरण।