

5. Explain the different types of merchandisers in the garment and retail industry. How do their responsibilities differ across various sectors ? 18

परिधान एवं खुदरा उद्योग में मर्चेन्डाइजर के विभिन्न प्रकारों की व्याख्या कीजिए। विभिन्न क्षेत्रों में उनकी जिम्मेदारियाँ किस प्रकार भिन्न होती हैं ?

6. What are the different stages of the product life cycle ? Discuss the marketing strategies adopted during the product introduction stage ? 18

उत्पाद जीवन चक्र के विभिन्न चरण कौन-कौन से हैं ? उत्पाद परिचय के दौरान अपनाई गई विपणन रणनीतियों पर चर्चा कीजिए।

7. Write detailed notes on any **one** of the following : 18

निम्नलिखित में से किसी एक पर विस्तृत नोट्स लिखें :

- (a) P's of Marketing
विपणन के P (मार्केटिंग मिक्स के घटक)
- (b) Qualitative fashion forecasting
गुणात्मक फैशन पूर्वानुमान
- (c) Sales promotion
बिक्री संवर्धन (सेल्स प्रमोशन)

[This question paper contains 4 printed pages]

Your Roll No. :

Sl. No. of Q. Paper : 2228 I

Unique Paper Code : 2202303601

Name of the Paper : Apparel Marketing and Merchandising

Name of the Course : **B.A. Program Apparel Design and Construction**

Semester : VI

Time : 3 Hours **Maximum Marks : 90**

Instructions for Candidates :

परीक्षार्थियों के लिए निर्देश :

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

इस प्रश्न-पत्र के प्राप्त होने पर तुरंत शीर्ष पर अपना रोल नंबर लिखें।

- (b) Answer may be written either in **English** or in **Hindi**; but the same medium should be used throughout the paper.

इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तर एक ही भाषा में होने चाहिए।

- (c) Attempt **five** questions in all. Each question carries equal marks.

कुल पाँच प्रश्नों का प्रयास करें। प्रत्येक प्रश्न समान अंक प्रदान करता है।

P.T.O.

- (d) Read the questions carefully. Answer with illustrations wherever required.

प्रश्नों को ध्यान से पढ़ें। जहाँ भी आवश्यक हो, दृष्टान्तों के साथ उत्तर दें।

1. Write notes on any **three** of the following :
3×6=18

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर टिप्पणी लिखें :

- (a) Marketing Concepts
विपणन की अवधारणाएँ
- (b) Advertising
विज्ञापन
- (c) Tangible and Intangible products
मूर्त एवं अमूर्त उत्पाद
- (d) Product Mix
उत्पाद मिश्रण
- (e) Visual Merchandising
दृश्य वस्तु-विन्यास

2. Differentiate between any **three** of the following :
3×6=18

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन के बीच अंतर बताएँ :

- (a) Demand-based and Competition-based pricing
माँग-आधारित एवं प्रतिस्पर्धा-आधारित मूल्य निर्धारण
- (b) Staple, fashion and seasonal merchandise
आवश्यक, फैशन एवं मौसमी वस्तुएँ

- (c) Store and Non-store retail formats

स्टोर एवं गैर-स्टोर खुदरा प्रारूप

- (d) Consumer Goods and Industrial Goods

उपभोक्ता वस्तुएँ एवं औद्योगिक वस्तुएँ

3. Discuss the importance of fashion trend forecasting. What are the key sources of fashion forecasting information, and how do they contribute to predicting future fashion trends. ? 18

फैशन ट्रेंड पूर्वानुमान के महत्व पर चर्चा कीजिए। फैशन पूर्वानुमान की जानकारी के प्रमुख स्रोत कौन-कौन से हैं, और वे भविष्य के फैशन ट्रेंड का अनुमान लगाने में किस प्रकार योगदान देते हैं ?

4. Describe the relationship between segmentation, targeting, and positioning. Discuss the different targeting strategies and how do companies choose the right one ? 18

बाजार विभाजन (Segmentation), लक्ष्य निर्धारण (Targeting) और स्थिति निर्धारण (Positioning) के बीच संबंध का वर्णन कीजिए। विभिन्न लक्ष्य निर्धारण रणनीतियों पर चर्चा कीजिए तथा बताइए कि कंपनियाँ सही रणनीति का चयन कैसे करती हैं ?