

[This question paper contains 4 printed pages.]

Your Roll No.....
आपका अनुक्रमांक.....

Sr. No. of Question Paper : 7360

L

Unique Paper Code : 2203600051

Name of the Paper : Fashion Retailing and Marketing

Name of the Course : **B.Sc. (Pass) Home Science**

Semester : VIII (NEP-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. Answer **Five** questions in all.
3. Question No. 1 is Compulsory
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. कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिये।
3. प्रश्न संख्या 1 अनिवार्य है।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. Briefly explain **any Five** of the following:

(5 × 6 = 30 marks)

- a) Product Mix and its various dimensions with examples
- b) Importance of Branding
- c) Skimming and Penetration Pricing
- d) Positioning map
- e) Pricing Objectives
- f) Line extension and Brand extension strategies
- g) Multichannel retail
- h) Assortment planning

P.T.O.

1. निम्नलिखित में से कोई पाँच संक्षेप में समझाइए:

(5 × 6 = 30 marks)

- a. उत्पाद मिश्र (Product Mix) एवं इसके विभिन्न आयाम – उदाहरण सहित
- b. ब्रांडिंग का महत्व
- c. उत्पाद मिश्र एवं इसके आयाम (नोट: क और ग दोनों समान हैं; आवश्यकतानुसार एक हटाया जा सकता है)
- d. स्किमिंग एवं पैनिट्रेशन मूल्य निर्धारण
- e. पोजिशनिंग मैप
- f. मूल्य निर्धारण के उद्देश्य
- g. लाइन एक्सटेंशन एवं ब्रांड एक्सटेंशन रणनीतियाँ
- h. बहु-चैनल खुदरा (Multichannel Retail)
- i. आसॉर्टमेंट योजना (Assortment Planning)

2. a. Explain the various bases for segmenting consumer market. Identify and justify which of these can be used for segmenting the market for children's wear in India. 10
- b. What is Target marketing. Explain various target market selection strategies with relevant examples. 5
2. a. पभोक्ता बाज़ार के खंडीकरण (Market Segmentation) के विभिन्न आधारों की व्याख्या कीजिए। भारत में बाल वस्त्र (Children's Wear) के बाज़ार के लिए इनमें से कौन-से आधार प्रयुक्त किए जा सकते हैं? अपने चयन का औचित्य स्पष्ट कीजिए। 10
- b. लक्ष्य विपणन (Target Marketing) क्या है? लक्षित बाज़ार चयन की विभिन्न रणनीतियों की उपयुक्त उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए। 5
3. a. Explain the concept of product life-cycle outlining the characteristics of its various stages. 5
- b. Identify at what stages of their respective Product Life Cycle are the following products in the Indian market 3
 - i. Electric Cars
 - ii. Online gaming
 - iii. Landline phones
- c. Outline the marketing strategies for a brand that is entering the maturity stage of PLC and wishes to revitalize and recapture the market 7
3. a. उत्पाद जीवन चक्र (Product Life Cycle) की अवधारणा की व्याख्या कीजिए तथा इसकी विभिन्न अवस्थाओं की विशेषताएँ बताइए। 5
- b. निम्नलिखित उत्पादों की भारतीय बाज़ार में उत्पाद जीवन चक्र (PLC) की संभावित अवस्था पहचानिए: 3

- i. इलेक्ट्रिक कारें
- ii. ऑनलाइन गेमिंग
- iii. लैंडलाइन फोन

- c. एक ब्रांड जो PLC की परिपक्वता (Maturity) अवस्था में प्रवेश कर रहा है, उसके लिए कौन-सी विपणन रणनीतियाँ अपनाई जानी चाहिए ताकि बाज़ार में पुनः सक्रियता लाई जा सके और बाज़ार हिस्सेदारी पुनः प्राप्त की जा सके 7
4. a. Write salient characteristics of a 'Department store' and a 'Mom and Pop store' 8
- b. Differentiate between staple and fashion merchandise categories, giving examples from the Indian retail scene. 7
- 4 a डिपार्टमेंट स्टोर' और 'मॉम एंड पॉप स्टोर' के प्रमुख लक्षण लिखिए। 8
- b. ख. भारतीय खुदरा क्षेत्र से उदाहरण देते हुए स्टेपल एवं फैशन मर्चेंडाइज़ श्रेणियों में अंतर स्पष्ट कीजिए। 7
5. a. Discuss various types of differentiation strategies with examples. 8
- b. An established firm that manufactures and markets sustainable fabric targeting elite class of metro cities in India. The firm was doing very well with a high turnover, however several competitors have now entered the market with lower price offerings and high promotional activity which has led to drop in sales. 7
- Which positioning and differentiation strategy/ strategies should the company employ to regain its market share. Give reasons for your choice
5. a उदाहरण देते हुए विभेदन (Differentiation) की विभिन्न रणनीतियों की चर्चा कीजिए। 8
- b. एक स्थापित कंपनी भारत के मेट्रो शहरों में उच्च वर्ग के ग्राहकों को लक्षित करते हुए स्थायी (सस्टेनेबल) वस्त्र बनाती और बेचती है। कंपनी का कारोबार अच्छा चल रहा था, किंतु अब कई प्रतिस्पर्धी कम कीमत वाले विकल्प और अधिक प्रचार गतिविधियों के साथ बाज़ार में आ गए हैं, जिससे इसकी बिक्री में गिरावट आई है। 7
- बाज़ार हिस्सेदारी पुनः प्राप्त करने के लिए कंपनी को कौन-सी पोज़िशनिंग एवं विभेदन रणनीति/रणनीतियाँ अपनानी चाहिए? अपने चयन के कारण स्पष्ट कीजिए।

6. a. Describe in detail various trends in the retail sector with special reference to use of technology and change in consumer buying behaviour 7
- b. Write a note on "Product Availability" 8
- 6 a खुदरा क्षेत्र में वर्तमान प्रवृत्तियों का विस्तृत वर्णन कीजिए, विशेष रूप से प्रौद्योगिकी के उपयोग और उपभोक्ता खरीद व्यवहार में परिवर्तन के संदर्भ में। 7
- b. उत्पाद उपलब्धता (Product Availability) पर एक टिप्पणी लिखिए। 8