

[This question paper contains 4 printed pages.]

Your Roll No.-----

Sr. No. of Question Paper : **7950**
Unique Paper Code : 2413080038
Name of the Paper : **RURAL MARKETING**
Name of the Course : **B. Com (H) UGCF**
Semester : VIII

Duration: 3 Hours

Maximum Marks:90

Instructions for Candidates:

- I. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
- II. Attempt all five questions.
- III. All questions carry equal marks (18 marks each).
- IV. Answers may be written either in English or Hindi, but the same medium should be used throughout the paper.
- V. Relevant Indian examples must be used to support your answers.

Q.1

- a) "Rural markets are the future growth engines of India." Discuss this statement in light of emerging trends in rural marketing.
- b) Compare rural and urban marketing in detail with respect to consumer behavior, demand, and distribution.

OR

- a) Analyze recent trends in rural marketing in India and suggest strategies for companies to succeed in rural markets.
- b) Describe the rural marketing environment and its impact on marketing decisions.

Q.2

- a) "Product decisions are critical for success in rural markets." Discuss this statement in the context of branding, packaging, and innovation.
- b) Discuss the importance of branding, packaging, and labeling in rural marketing.

OR

- a) Evaluate the challenges faced by companies in designing products for rural consumers and suggest suitable strategies to overcome them.
- b) Discuss the need for product innovation in rural markets with suitable examples.

Q.3

- a) What is meant by promotion mix? Explain the promotion mix tools and their importance in rural marketing.
- b) "Pricing and promotion decisions are crucial for success in rural markets." Discuss with reference to strategies and challenges.

OR

- a) Evaluate the role of promotion mix in rural markets and suggest innovative approaches to overcome communication barriers.
- b) Develop a framework for rural marketing based on the experiences of HUL, ITC, and Colgate.

Q.4

- a) "Efficient distribution is the backbone of rural marketing." Discuss this statement with reference to logistics and channel decisions.
- b) How do you price products for different rural market segments (quality-conscious, value-conscious, and price-conscious)?

OR

- a) Evaluate the challenges in rural distribution and suggest suitable strategies to overcome them.
- b) Elaborate on the Affordability, Awareness, Availability, and Acceptability elements of the 4As of rural marketing mix

Q.5

- a) What is logistics management? Explain the key logistics decisions in rural markets, with a focus on transportation, warehousing, and inventory management.
- b) Explain the various factors that affect distribution decisions in rural markets, including infrastructure, population dispersion, demand patterns, and the availability of intermediaries.

OR

- a) "Last-mile delivery is the biggest challenge in rural distribution." Discuss with suitable examples.
- b) Explain the concept of hub-and-spoke model and direct-to-village distribution. How do these models improve rural reach?

अभ्यर्थियों के लिए निर्देश:

- I. इस प्रश्न पत्र के प्राप्त होते ही सबसे ऊपर अपना **रोल नंबर** लिखें।
- II. सभी **पाँच प्रश्नों** के उत्तर दें।
- III. सभी प्रश्नों के **अंक समान हैं** (प्रत्येक प्रश्न 18 अंक का है)।
- IV. उत्तर **अंग्रेजी या हिंदी** में लिखे जा सकते हैं, लेकिन पूरे पेपर में एक ही माध्यम का उपयोग किया जाना चाहिए।
- V. अपने उत्तरों के समर्थन में **प्रासंगिक भारतीय उदाहरणों** का उपयोग करना अनिवार्य है।

प्रश्न 1 a) "ग्रामीण बाजार भारत के भविष्य के विकास इंजन हैं।" ग्रामीण विपणन में उभरते रुझानों के आलोक में इस कथन की चर्चा कीजिए।

b) उपभोक्ता व्यवहार, मांग और वितरण के संबंध में ग्रामीण और शहरी विपणन की विस्तार से तुलना कीजिए।

अथवा

a) भारत में ग्रामीण विपणन के हालिया रुझानों का विश्लेषण कीजिए और ग्रामीण बाजारों में सफलता पाने के लिए कंपनियों को रणनीतियां सुझाइए।

b) ग्रामीण विपणन वातावरण और विपणन निर्णयों पर इसके प्रभाव का वर्णन कीजिए।

प्रश्न 2 a) "ग्रामीण बाजारों में सफलता के लिए उत्पाद संबंधी निर्णय महत्वपूर्ण होते हैं।" ब्रांडिंग, पैकेजिंग और नवाचार के संदर्भ में इस कथन पर चर्चा कीजिए।

b) ग्रामीण विपणन में ब्रांडिंग, पैकेजिंग और लेबलिंग के महत्व पर चर्चा कीजिए।

“

अथवा

a) ग्रामीण उपभोक्ताओं के लिए उत्पाद डिजाइन करने में कंपनियों के सामने आने वाली चुनौतियों का मूल्यांकन कीजिए और उन्हें दूर करने के लिए उपयुक्त रणनीतियां सुझाएं।

b) उपयुक्त उदाहरणों के साथ ग्रामीण बाजारों में उत्पाद नवाचार (Product Innovation) की आवश्यकता पर चर्चा कीजिए।

प्रश्न 3 a) प्रमोशन मिक्स (Promotion Mix) से क्या तात्पर्य है? प्रमोशन मिक्स टूल्स और ग्रामीण विपणन में उनके महत्व की व्याख्या कीजिए।

b) "ग्रामीण बाजारों में सफलता के लिए मूल्य निर्धारण (Pricing) और संवर्धन (Promotion) के निर्णय अत्यंत महत्वपूर्ण हैं।" रणनीतियों और चुनौतियों के संदर्भ में चर्चा कीजिए।

अथवा

a) ग्रामीण बाजारों में प्रमोशन मिक्स की भूमिका का मूल्यांकन कीजिए और संचार बाधाओं को दूर करने के लिए नवीन दृष्टिकोण सुझाएं।

b) HUL (हिंदुस्तान यूनिलीवर), आईटीसी और कोलगेट के अनुभवों के आधार पर ग्रामीण विपणन के लिए एक ढांचा (Framework) विकसित कीजिए।

प्रश्न 4 a) "कुशल वितरण (Efficient Distribution) ग्रामीण विपणन की रीढ़ है।" रसद (Logistics) और चैनल निर्णयों के संदर्भ में इस कथन की चर्चा कीजिए।

b) आप विभिन्न ग्रामीण बाजार क्षेत्रों (गुणवत्ता-सचेत, मूल्य-सचेत और कीमत-सचेत) के लिए उत्पादों की कीमत कैसे निर्धारित करते हैं? अथवा

a) ग्रामीण वितरण की चुनौतियों का मूल्यांकन कीजिए और उन्हें दूर करने के लिए उपयुक्त रणनीतियां सुझाएं।

b) ग्रामीण विपणन मिश्रण के 4As तत्वों—सस्ती दर (Affordability), जागरूकता (Awareness), उपलब्धता (Availability), और स्वीकार्यता (Acceptability) का विस्तार से वर्णन कीजिए।

प्रश्न 5 a) रसद प्रबंधन (Logistics Management) क्या है? परिवहन, भंडारण और इन्वेंट्री प्रबंधन पर ध्यान केंद्रित करते हुए ग्रामीण बाजारों में प्रमुख रसद निर्णयों की व्याख्या कीजिए।

b) ग्रामीण बाजारों में वितरण निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए, जिनमें बुनियादी ढांचा, जनसंख्या का फैलाव, मांग पैटर्न और मध्यस्थों की उपलब्धता शामिल है।

अथवा

a) "लास्ट-माइल डिलीवरी (अंतिम छोर तक पहुंच) ग्रामीण वितरण में सबसे बड़ी चुनौती है।" उपयुक्त उदाहरणों के साथ चर्चा कीजिए।

b) हब-एंड-स्पोक मॉडल (Hub-and-spoke model) और डायरेक्ट-टू-विलेज वितरण की अवधारणा को समझाइए। ये मॉडल ग्रामीण पहुंच में कैसे सुधार करते हैं? (800)