

SL No of Question Paper 2257
Unique Paper Code: 2412223501
Name of the Paper: SUSTAINABILITY MARKETING
Type of Paper: DSE
Semester: V
Course: B. A. UGCF

Duration: 3 hours

Marks: 90 Marks

Instruction for Candidates: Write your Roll No on receipt of question paper
Marks against each question are clearly indicated

1. a) Explain what do you understand by Pillars of sustainability marketing in about 300 words (10 marks)
b) What are the factors that have helped sustainability marketing to get so much attention for manufacturing companies worldwide? (8 marks)

OR

- a) Why manufacturing companies should be focusing on sustainability marketing?
b) Explain the difference between traditional marketing and sustainability marketing.
c) Explain relation between ethics in business and sustainability marketing? Give examples (6X3=18 marks)
2. a. Write a detailed note on marketing environment for sustainability marketing (10 marks)
b. How do you think companies should change their segmentation to help sustainability? (8 marks)

OR

Explain your understanding of sustainability marketing mix for a brand (18 marks)

3. How do you think the current consumer behavior towards product like Premium Shirts for Men is impacting sustainability marketing? What do you feel are the factors motivating consumers to adopt sustainability? (8+10=18 marks)

OR

Explain the different positioning strategies with regard to sustainability marketing. (18 marks)

4. a. How has the concept of 3 Rs helped sustainability marketing? (6 marks)
b. Explain in about 200 words:

I Consumer Motivation

II. Attitude Behavior Relationship of Consumers (12 Marks)

OR

- b. Differentiate between sustainable products and sustainable brands, giving examples of products and brands in related categories (for example product is leather shoes and brand is Bata) (12 marks)

OR

- a. What do you understand by sustainable pricing?
b. How is sustainable marketing different from traditional marketing?
c. How can supply chains help in developing sustainability marketing? (6X3=18 marks)
5. Write short notes (any three) (18 marks)
 - a) Significance of Triple Bottom line for suppliers
 - b) Sustainable positioning strategies
 - c) Sustainable supply chain by suppliers of components for cars
 - d) Sustainable product life cycle
 - e) Social norms affecting consumption

1. क) लगभग 300 शब्दों में बताइये कि आप संधारणीयता विपणन के स्तंभों से क्या समझते हैं (10 अंक)
ख) ऐसे कौन से कारक हैं जिन्होंने संधारणीयता विपणन को दुनिया भर में विनिर्माण कंपनियों के लिए आकर्षित करने में मदद की है? (8 अंक)

या

क) विनिर्माण कंपनियों को संधारणीयता विपणन पर ध्यान क्यों देना चाहिए?

ख) पारंपरिक विपणन और संधारणीयता विपणन के बीच अंतर बताइये।

ग) व्यवसाय में नैतिकता और संधारणीयता विपणन के बीच संबंध बताइये? उदाहरण दें (6X3=18 अंक)

2. क. संधारणीयता विपणन के लिए विपणन वातावरण पर एक विस्तृत नोट लिखिए। (10 अंक)

ख. आपको क्या लगता है कि कंपनियों को संधारणीयता में मदद करने के लिए अपने विभाजन को चाहिए? (8 अंक)

या

एक ब्रांड के लिए संधारणीयता विपणन मिश्रण के बारे में अपनी समझ को स्पष्ट कीजिए (18 अंक)

3. आपको क्या लगता है कि प्रीमियम शर्ट्स फॉर मेन जैसे उत्पाद के प्रति वर्तमान उपभोक्ता व्यवहार संधारणीय विपणन को कैसे प्रभावित कर रहा है? आपको क्या लगता है कि उपभोक्ताओं को स्थिरता अपनाने के लिए प्रेरित करने वाले कारक क्या हैं? (8+10=18 अंक)

या

संधारणीयता विपणन के संबंध में विभिन्न स्थिति रणनीतियों की व्याख्या कीजिए। (18 अंक)

4. क. 3 आर की अवधारणा ने स्थिरता विपणन में किस तरह से मदद की है? (6 अंक)

ख. लगभग 200 शब्दों में समझाइये:

i. उपभोक्ता प्रेरणा

ii. उपभोक्ताओं का रवैया व्यवहार संबंध (12 अंक)

अथवा

ख. संबंधित श्रेणियों में उत्पादों और ब्रांडों के उदाहरण देते हुए, टिकाऊ उत्पादों और संधारणीय ब्रांडों के बीच कीजिए (उदाहरण के लिए उत्पाद चमड़े के जूते हैं और ब्रांड बाटा है) (12 अंक)

अथवा

क. संधारणीय मूल्य निर्धारण से आप क्या समझते हैं?

ख. संधारणीय विपणन पारंपरिक विपणन से किस तरह से अलग है?

ग. आपूर्ति श्रृंखला स्थिरता विपणन को विकसित करने में किस तरह से मदद कर सकती है? (6X3=18 अंक)

5. संक्षिप्त नोट लिखिए (कोई तीन) (18 अंक)

क) आपूर्तिकर्ताओं के लिए ट्रिपल बॉटम लाइन का महत्व

ख) संधारणीय स्थिति निर्धारण रणनीतियाँ

ग) कारों के लिए घटकों के आपूर्तिकर्ताओं द्वारा टिकाऊ आपूर्ति श्रृंखला

घ) संधारणीय उत्पाद जीवन चक्र

च) उपभोग को प्रभावित करने वाले सामाजिक मानदंड