

6418

8

राष्ट्रीय हरित अधिाकरण (NGT) की स्थापना की संरचना, भूमिका एवं उद्देश्य पर चर्चा कीजिए तथा यह पर्यावरण संरक्षण अधिनियम के अनुपालन को किस प्रकार सुनिश्चित करता है, इसे एक प्रमुख न्यायिक मामले के माध्यम से स्पष्ट कीजिए। (18)

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 6418

K

Unique Paper Code : 2412223501

Name of the Paper : SUSTAINABILITY
MARKETING

Name of the Course : B. A. UGCF DSC

Semester : V

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. Marks against each question are clearly indicated

अभ्यर्थियों के लिए निर्देश

1. प्रश्नपत्र प्राप्त होते ही अपना रोल नंबर लिखें।
2. प्रत्येक प्रश्न के सामने अंक स्पष्ट रूप से दिए गए हैं।

(800)

P.T.O.

6418

2

1. Discuss the importance of sustainability development goals for global marketing scenario. (18)

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)

- 2 Explain various Enthusiasts to understand consumer behavior in sustainability marketing. (18)

OR

- a) Write a detailed note on marketing environment for

6418

7

- (ख) उपयुक्त उदाहरणों सहित सतत उत्पाद और सतत ब्रांड में अंतर स्पष्ट कीजिए। (9)

अथवा

- (क) सतत मूल्य निर्धारण से आप क्या समझते हैं?

- (ख) ग्रीन मार्केटिंग और सस्टेनेबिलिटी मार्केटिंग में अंतर स्पष्ट कीजिए।

- (ग) आपूर्ति श्रृंखला किस प्रकार सस्टेनेबिलिटी मार्केटिंग के विकास में सहायक हो सकती है? (6×3 = 18)

- 5 निम्नलिखित में से किसी तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए : (प्रत्येक 6 अंक)

- (क) समुद्र तल से नीचे भूमि (Land Below Sea)

- (ख) सतत पोजिशनिंग रणनीतियाँ (Sustainable Positioning Strategies)

- (ग) सतत उत्पाद जीवन चक्र (Sustainable Product Life Cycle)

(6×3 = 18)

अथवा

P.T.O.

6418

6

अथवा

(क) सस्टेनेबिलिटी मार्केटिंग के लिए विपणन पर्यावरण पर एक विस्तृत टिप्पणी लिखिए। (10)

(ख) आपके विचार में, कंपनियों को सस्टेनेबिलिटी को बढ़ावा देने के लिए अपने बाजार विभाजन (Segmentation) में किस प्रकार परिवर्तन करना चाहिए? (8)

3. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

1. ट्रिपल बॉटम लाइन (Triple Bottom Line) (9)

2. 3 R रिड्यूस, रीयूज, रीसायकल (9)

अथवा

सस्टेनेबिलिटी मार्केटिंग मिक्स, पारंपरिक विपणन मिक्स की तुलना में किस प्रकार अधिक विस्तृत एवं व्यापक है? व्याख्या कीजिए। (18)

4. (क) उपयुक्त उदाहरणों सहित सतत उपभोग की अवधारणा की व्याख्या कीजिए। (9)

6418

3

sustainability marketing (10)

b) How do you think companies should change their segmentation to help sustainability? (8)

3. Write short note on following:

i) Triple Bottom Line (9)

ii) 3Rs (9)

OR

How is Sustainability Marketing mix more elaborative over Traditional Marketing Mix? (18)

4 a) Explain the concept of Sustainable Consumption with suitable examples. (9)

b) Differentiate between sustainable products and sustainable brands with suitable examples. (9)



6418

4

OR

- a) What do you understand by sustainable pricing?
- b) differentiate Green Marketing with Sustainability Marketing
- c) How can supply chains help in developing sustainability marketing? (6X3=18)

5. Write short notes on any three of following options:

(6 marks each)

- a) Land Below Sea
- b) Sustainable positioning strategies
- c) Sustainable product life cycle (6*3=18)

OR

6418

5

Discuss the structure, role and aim of setting up NGT and how does it help in ensuring the compliance of Environment Protection Act with one leading case.

(18)

1. वैश्विक विपणन परिदृश्य में सतत विकास लक्ष्यों के महत्व पर चर्चा कीजिए। (18)

अथवा

- (क) विनिर्माण कंपनियों को सस्टेनेबिलिटी मार्केटिंग पर क्यों ध्यान केंद्रित करना चाहिए?
- (ख) पारंपरिक विपणन और सस्टेनेबिलिटी मार्केटिंग में अंतर स्पष्ट कीजिए।
- (ग) व्यवसाय में नैतिकता और सस्टेनेबिलिटी मार्केटिंग के बीच संबंध स्पष्ट कीजिए। उदाहरण दीजिए। (6×3 = 18)

- 2 सस्टेनेबिलिटी मार्केटिंग में उपभोक्ता व्यवहार को समझने के लिए विभिन्न प्रेरक तत्वों की व्याख्या कीजिए। (18)