

SECTION - A

खण्ड - अ

(Short Answer Type Questions)

(लघु उत्तरीय प्रश्न)

Note: Attempt any 05 questions from the following 08 questions. Each question carries 06 marks.

(5×6=30)

दिये गये 08 प्रश्नों में से किन्हीं 05 प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 06 अंकों का है।

1. Give a brief account of the Indian Rural Market quoting relevant facts and figures.

भारतीय ग्रामीण बाजार के विषय में उपयुक्त तथ्यों व आंकड़ों के साथ संक्षेप में लिखें।

2. What aspects make Rural Markets more challenging than the urban markets?

ग्रामीण बाजार शहरी बाजारों के मुकाबले किन विशेषताओं के कारण अधिक चुनौतीपूर्ण होते हैं?

3. What are NGOs? How can their presence in rural areas be leveraged by rural marketers?

एन जी ओ क्या होते हैं? ग्रामीण विपणक किस प्रकार उनका लाभ उठा सकते हैं?

4. Explain Rural Marketing Research and all its constituent steps in brief.

ग्रामीण विपणन अनुसंधान व इसके चटक चरणों के विषय में संक्षेप में लिखें।

5. How can you collect data for a marketing research among illiterate inhabitants of a village?

विपणन अनुसंधान हेतु एक गाँव के निरक्षर निवासियों से आंकड़े कैसे एकत्रित कर सकते हैं?

6. What is targeting? On what basis is the target markets chosen?

बाजार लक्ष्यीकरण क्या होता है? लक्षित बाजारों का चुनाव किस आधार पर किया जाता है?

7. What is Cooperative Marketing? How does it benefit the rural sellers?

सहकारी विपणन क्या होता है? इससे ग्रामीण विक्रेताओं को क्या लाभ है?

8. Suggest distribution and promotion strategies for an FMCG seller in rural markets in India.

भारतीय ग्रामीण बाजारों में एफएमसीजी (तेजी से विक्रम हो वाली उपभोक्ता वस्तुओं) के विक्रेता के लिए प्रचार व वितरण हेतु उपयुक्त रणनीतियाँ सुझाएं।

SECTION - B
खण्ड - ब
(Long Answer Type Questions)
(दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Note: Attempt any 03 questions from the following 05 questions. Each question carries equal marks.

दिये गये 05 प्रश्नों में से किन्हीं 03 प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न के अंक समान हैं। (3×15=45)

9. Why has Rural Marketing become a prominent field of study in India now?

भारत में ग्रामीण विपणन एक अध्ययन क्षेत्र के तौर पर क्यों महत्वपूर्ण होता जा रहा है?

10. 'Rural Customers are neither similar to nor entirely different from the customers in urban markets'. Elucidate with special reference to the factors which influence purchase decision making of a rural customer.

'ग्रामीण उपभोक्ता न शरीर तरह शहरी उपभोक्ताओं के समान होते हैं व न ही उनसे पूरी तरह भिन्न होते हैं।' ग्रामीण उपभोक्ताओं की क्रय-निर्णय प्रक्रिया करने वाले कारकों के विशेष संदर्भ में इस कथन को व्याख्या करें।

11. What marketing mix innovations are necessary for a product to be successful in rural markets also?

Give examples to substantiate your answer.

किसी उत्पाद के ग्रामीण बाजारों में सफल होने के लिए क्या विपणन-मिश्रण नवाचार आवश्यक हैं? उपयुक्त उदाहरणों सहित बताएं।

12. What is Segmentation? On what basis do you segment the Rural Markets? Give examples also.

बाजार विभक्तिकरण क्या होता है? ग्रामीण बाजारों का विभक्तिकरण किस आधार पर किया जाता है? सांदाहरण समझाएं।

13. Write in detail about the expanding role of corporate sector in agri-business using real-life examples. How is this advantageous to both the corporate sector and the rural community?

कृषि व्यवसाय में उद्योगों की बढ़ती भूमिका के विषय में वास्तविक उदाहरणों के साथ विस्तार से लिखें। यह किस प्रकार उद्योग जगत व ग्रामीण समाज दोनों के लिए लाभकारी होता है?