

# PC-10329/NH

CS-2110

FASHION MARKETING

Paper-BFT-501

(Semester-V)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 74

**Note :** Attempt *two* questions each from Section A & B carrying 11 marks each and the entire Section C consisting of 10 short answer type questions carrying 3 marks each.

## SECTION—A

- I. Define Fashion marketing. Discuss the scope and importance of fashion marketing.
- II. Discuss in detail various factors which affect the marketing environment of a company.
- III. What do you understand by Market Research? Discuss market research process in detail.

IV. Write an explanatory note on product life cycle.

### **SECTION—B**

V. Explain 4 P's of marketing in detail.

VI. Discuss different pricing policies.

VII. Write about technological influence of fashion marketing.

VIII. Differentiate between retailing, personal selling and whole selling. What are salient features of personal selling?

### **SECTION—C**

#### **(Compulsory Question)**

IX. Write short notes on the following :

1. Advertising
2. Market plan
3. Objectives of pricing
4. Sales promotion

5. Sales
6. Branding
7. Target customer
8. Niche market
9. Product positioning
10. Franchise.

## PUNJABI VERSION

**ਨੋਟ :** ਭਾਗ A ਅਤੇ B ਵਿਚੋਂ ਦੋ-ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 11 ਅੰਕ ਹਨ। ਭਾਗ C ਸਾਰਾ ਕਰੋ। ਇਸ ਵਿਚ 10 ਸੰਖੇਪ ਉੱਤਰ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ 3-3 ਅੰਕਾਂ ਦੇ ਹਨ।

### ਭਾਗ—A

- I. ਫੈਸ਼ਨ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ। ਫੈਸ਼ਨ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਕਾਰਜ-ਖੇਤਰ ਅਤੇ ਮਹੱਤਤਾ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- II. ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤੱਤਾਂ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ ਜਿਹੜੇ ਇਕ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਾਤਾਵਰਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰੀਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- III. ਮਾਰਕੀਟ ਖੋਜ ਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ? ਮਾਰਕੀਟ ਖੋਜ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- IV. ਉਤਪਾਦ ਜੀਵਨ ਚੱਕਰ 'ਤੇ ਇਕ ਵਿਆਖਿਆਤਮਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।

## ਭਾਗ—B

- V. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀਆਂ 4 P's ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿਚ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- VI. ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਨੀਤੀਆਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- VII. ਫੈਸ਼ਨ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ 'ਤੇ ਤਕਨਾਲੋਜੀਕਲ ਪ੍ਰਭਾਵ ਬਾਰੇ ਲਿਖੋ।
- VIII. ਪਰਚੁਨ ਵਿਕਰੀ, ਨਿਜੀ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਥੋਕ ਵਿਕਰੀ ਵਿਚ ਅੰਤਰ ਸਪੱਸ਼ਟ ਕਰੋ। ਨਿਜੀ ਵਿਕਰੀ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਕੀ ਹਨ?

## ਭਾਗ—C

(ਲਾਜ਼ਮੀ ਪ੍ਰਸ਼ਨ)

- IX. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ 'ਤੇ ਸੰਖੇਪ ਨੋਟ ਲਿਖੋ :
1. ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇਣਾ
  2. ਮਾਰਕੀਟ ਯੋਜਨਾ
  3. ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼

4. ਵਿਕਰੀ ਵਾਧਾ
  5. ਵਿਕਰੀ
  6. ਮਾਰਕਾ ਲਾਉਣਾ
  7. ਟੀਚਾ ਗਾਹਕ
  8. ਟਿਕਾਣਾ (Niche) ਮਾਰਕੀਟ
  9. ਉਤਪਾਦ ਸਥਿਤੀ
  10. ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਅਧਿਕਾਰ।
-