

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 3869

H

Unique Paper Code : 2413082007

Name of the Paper : Sustainability Marketing

Name of the Course : B.Com. (H) – DSE

Semester : IV – UGCE

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. Attempt all questions.
3. All questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।

P.T.O.

2. सभी प्रश्न कीजिए ।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

1. (a) Explain the concept of sustainability marketing, and what are the pillars of sustainability marketing?
(9)

(b) Define the triple bottom line (TBL) concept and its significance in modern business practices.
(9)

OR

(c) Explain the relevance of ethical aspects in the decision-making process and how the companies can undertake ethical decisions.
(9)

(d) How did the concept of sustainability marketing come into existence? Explain the stages of its evolution.
(9)

2. (a) Provide two examples of Indian companies or brands that have effectively integrated sustainability into their marketing strategies. What made these strategies successful? (18)

OR

- (b) Explain the possible ways to segment the market based on sustainability. (9)
- (c) Describe the concept of a Sustainable marketing mix and its various components. (9)
3. (a) Describe the concept of Attitude-Behaviour inconsistency in sustainable buying decisions. Support your answer with relevant theory and examples. (18)

OR

- (b) Write a short note on the following : (18)

- (i) Responsible Consumption
- (ii) Mindful Consumption
- (iii) 'Pragmatists' class of consumers

4. (a) How can sustainable behaviour be developed and reinforced through the 3 R's? Explain with the help of appropriate examples. (18)

OR

- (b) How can the business corporations balance the promotion of sustainability in marketing communication without appearing insincere or greenwashing? (9)
- (c) What are the key benefits and drawbacks of implementing a sustainable supply chain strategy for businesses? (9)
5. (a) Illuminate on the sustainability legal framework and its implementation in India. (18)

OR

- (b) "The Sustainable Development Goals (SDGs) are the blueprint to achieve a better and more sustainable future for all." In light of the above statement, explain the concept of SDGs and their relevance across the globe. (18)

1. (क) सस्टेनेब्लिटी मार्केटिंग की अवधारणा समझाइये, और सस्टेनेब्लिटी मार्केटिंग के स्तंभ कौन-से हैं? (9)

(ख) ट्रिपल बॉटम लाइन (टीबीएल) अवधारणा और आधुनिक व्यावसायिक प्रथाओं में इसके महत्व को परिभाषित कीजिए। (9)

या

(ग) निर्णय लेने की प्रक्रिया में नैतिक पहलुओं की प्रासंगिकता बताइये और कंपनियां नैतिक निर्णय कैसे ले सकती हैं। (9)

(घ) सस्टेनेब्लिटी मार्केटिंग की अवधारणा कैसे अस्तित्व में आई? इसके विकास के चरणों की व्याख्या कीजिए। (9)

2. (क) ऐसी भारतीय कंपनियों या ब्रांडों के दो उदाहरण प्रदान कीजिए जिन्होंने अपनी मार्केटिंग रणनीतियों में सस्टेनेब्लिटी को प्रभावी ढंग से शामिल किया है। किस बात ने इन रणनीतियों को सफल बनाया? (18)

या

(ख) सस्टेनेब्लिटी के आधार पर बाजार को विभाजित करने के संभावित तरीकों की व्याख्या कीजिए। (9)

(ग) सस्टेनेब्लिट मार्केटिंग मिक्स की अवधारणा और इसके विभिन्न घटकों का वर्णन कीजिए। (9)

3. (क) स्थायी खरीद निर्णयों में दृष्टिकोण-व्यवहार असंगतता की अवधारणा का वर्णन कीजिए। प्रासंगिक सिद्धांत और उदाहरणों के साथ अपने उत्तर का समर्थन कीजिए। (18)

या

(ख) निम्नलिखित पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखें : (18)

(i) जिम्मेदार उपभोग

(ii) सचेतन उपभोग

(iii) उपभोक्ताओं का 'व्यावहारिक' वर्ग

1. (क) 3-आर के माध्यम से सस्टेनेबल व्यवहार को कैसे विकसित और सुदृढ़ किया जा सकता है? उचित उदाहरणों की सहायता से समझाइये। (18)

या

- (ख) व्यावसायिक निगम निष्ठाहीन या दिखावा किए बिना विपणन संचार में सस्टेनेब्लिटी के प्रचार को कैसे संतुलित कर सकते हैं? (9)
- (ग) व्यवसायों के लिए एक सस्टेनेबल आपूर्ति श्रृंखला रणनीति को लागू करने के प्रमुख लाभ और कमियां क्या हैं? (9)
- (क) भारत में सस्टेनेब्लिटी कानूनी ढांचे और इसके कार्यान्वयन पर प्रकाश डालिए। (18)

या

(ख) “सतत विकास लक्ष्य (एसडीजी) सभी के लिए बेहतर और अधिक टिकाऊ भविष्य प्राप्त करने का खाका हैं।” उपरोक्त कथन के आलोक में, एसडीजी की अवधारणा और दुनिया भर में उनकी प्रासंगिकता की व्याख्या कीजिए। (18)