

MS-507/MM-2207

Rural Marketing

(ग्रामीण विपणन)

Master of Business Administration/P. G. Diploma
in Marketing Management
(MBA-10/12/13/16/17/PGDMM-
10/16/17/MBAH-11)

Fourth/Second Semester, Examination, 2018

Time : 3 Hours

Max. Marks : 80

Note : This paper is of **eighty (80)** marks containing **three (03)** Sections A, B and C. Learners are required to attempt the questions contained in these Sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र अस्सी (80) अंकों का है जो तीन (03) खण्डों 'क', 'ख' तथा 'ग' में विभाजित है। शिक्षार्थियों को इन खण्डों में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

Section-A / खण्ड-क

(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'A' contains four (04) long answer type questions of nineteen (19) marks each. Learners are required to answer *two* (02) questions only.

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए उन्नीस (19) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. How does rural marketing differ from urban marketing ?
What qualities should a rural marketer possess ?

ग्रामीण विपणन कैसे शहरी विपणन से भिन्न होता है ? ग्रामीण विपणक में क्या गुण होने चाहिए ?

2. Discuss the changes in the economic scenario of rural areas. Is the rural market attractive for food and non-food items ?

ग्रामीण क्षेत्रों के आर्थिक परिदृश्य में परिवर्तनों पर चर्चा कीजिए। खाद्य तथा गैर-खाद्य वस्तुओं के लिए क्या ग्रामीण बाजार आकर्षक है ?

3. Discuss the role of cooperative institutions in rural marketing.

ग्रामीण विपणन में सहकारी संस्थाओं की भूमिका पर चर्चा कीजिए।

4. Examine the marketing strategies of any *two* tractor companies and develop a marketing model for tractors.

किन्हीं दो ट्रैक्टर कम्पनियों की मार्केटिंग रणनीतियों का परीक्षण कीजिए और ट्रैक्टर का एक मार्केटिंग मॉडल विकसित कीजिए।

Section-B / खण्ड-ख**(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)**

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of eight (08) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए आठ (08) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Explain the role of Micro Finance in the rural context.
ग्रामीण संदर्भ में सूक्ष्म वित्त की भूमिका की व्याख्या कीजिए।
2. Analyse the marketing of farm services.
कृषि सेवाओं के विपणन का विश्लेषण कीजिए।
3. Explain the concept and growth opportunities for FMCG.
एफ. एम. सी. जी. के लिए अवधारणा और विकास के अवसरों की व्याख्या कीजिए।
4. Is mass media suitable for rural advertising ? Explain.
क्या ग्रामीण विज्ञापन के लिए जनसंख्या माध्यम (मास मीडिया) उपयुक्त है ? समझाइए।
5. Briefly discuss the problems and prospects of retailers in rural areas.
ग्रामीण क्षेत्रों में खुदरा विक्रेताओं की समस्याओं और संभावनाओं पर संक्षेप में चर्चा कीजिए।

6. What are the key behavioural dimensions that must be considered while planning rural distribution strategy ?
ग्रामीण विवरण रणनीति की योजना बनाते समय महत्वपूर्ण व्यवहारिक आयाम क्या हैं ?
7. Explain the direct marketing approaches used in rural areas.
ग्रामीण क्षेत्रों में उपयोग होने वाले प्रत्यक्ष विपणन तरीकों की व्याख्या कीजिए।
8. Write a brief note on co-branding.
सह-ब्राण्डिंग पर एक संक्षिप्त नोट लिखिए।

Section-C / खण्ड-ग

(Objective Type Questions) / (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note : Section 'C' contains ten (10) objective type questions of one (01) mark each. All the questions of this Section are compulsory.

नोट : खण्ड 'ग' में दस (10) वस्तुनिष्ठ प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए एक (01) अंक निर्धारित है। इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

State whether the following are True or False.

बताइए कि निम्नलिखित सत्य हैं या असत्य।

1. As urbanization intensifies, agricultural and non-agricultural land use conflicts become more severe.

(True/False)

जब शहरीकरण तीव्र होता है तब कृषि और गैर-कृषि भूमि उपयोग संघर्ष अधिक गंभीर हो जाते हैं। (सत्य/असत्य)

2. Social classes are society's relatively permanent and ordered divisions whose members share similar values, interests and behaviours. (True/False)
सामाजिक वर्ग समाज के अपेक्षाकृत स्थायी और आदेशित विभाजन हैं जिनके सदस्य समान मूल्य, रुचियाँ और व्यवहार साझा करते हैं। (सत्य/असत्य)
3. Family is one of the social factors that influence consumer behaviour. (True/False)
परिवार, उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले सामाजिक कारकों में से एक है। (सत्य/असत्य)
4. Introducing new products to existing markets is an example of horizontal diversification. (True/False)
मौजूदा बाजारों में नए उत्पादों को पेश करना, क्षैतिज विविधीकरण का एक उदाहरण है। (सत्य/असत्य)
5. ITC is the company that initiated a project popularly known as e-choupal. (True/False)
आई. टी. सी. (ITC), वह कम्पनी है जिसने ई-चौपाल नाम से एक परियोजना शुरू की थी। (सत्य/असत्य)
6. Brand extension is a process of extending a brand name to more products. (True/False)
ब्राण्ड विस्तार अधिक उत्पादों के लिए ब्राण्ड नाम देने की एक प्रक्रिया है। (सत्य/असत्य)
7. Repeat purchase by satisfied customers is called brand loyalty. (True/False)
संतुष्ट ग्राहकों द्वारा दोबारा क्रय करने को ब्राण्ड निष्ठा कहा जाता है। (सत्य/असत्य)

8. Value of a brand is called brand equity. (True/False)
ब्राण्ड के मूल्य को ब्राण्ड समता (इक्विटी) कहा जाता है।
(सत्य/असत्य)
9. Life style of a person does not affect his/her buying behaviour. (True/False)
किसी व्यक्ति की जीवन-शैली उसके क्रय व्यवहार को प्रभावित नहीं करती है।
(सत्य/असत्य)
10. The production and consumption of services almost always take place simultaneously. (True/False)
सदैव सेवाओं का उत्पादन और खपत लगभग एक साथ होती है।
(सत्य/असत्य)