

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 4150 A

Unique Paper Code : 62411211

Name of the Paper : Marketing Communication

Name of the Course : **BA (Prog.) Advertising,
Sales Promotion and Sales
Management**

Semester : II

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

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. "Communication is the key to success", do you agree with the statement, explain defining the process of communication. List out the various elements involved in the process with examples. (15)

OR

- (a) "Sender's encoding should mesh properly with the receiver's decoding", who gave this statement, explain in the light of the various essentials for ensuring the effective communication. (10)

- (b) Define the role of informal communication in improving the effectiveness of formal communication. (5)

“संचार सफलता की कुंजी है”, क्या आप इस कथन से सहमत हैं, संचार की प्रक्रिया को परिभाषित करते हुए समझाइए। उदाहरण सहित प्रक्रिया में शामिल विभिन्न तत्वों की सूची बनाइए।

या

- (अ) “प्रेषक की एन्कोडिंग को रिसीवर के डिकोडिंग के साथ ठीक से मिल जाना चाहिए”, यह किसका कथन है, प्रभावी संचार सुनिश्चित करने के लिए विभिन्न आवश्यक चीजों के आलोक में स्पष्ट कीजिए।
- (ब) औपचारिक संचार की प्रभावशीलता में सुधार करने में अनौपचारिक संचार की भूमिका को परिभाषित कीजिए।

2. Attempt any **three** of the following :

- (a) Define the concept and significance of marketing communication. (5)
- (b) Why is identifying target audience clearly important for marketers? (5)
- (c) Explain percentage of sales method and objective and task method of setting communication budget. Which of the two is more rational and why? (5)
- (d) What are the types of media options available to the marketers selling FMCG products? (5)

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन के उत्तरी दीजिए :

- (अ) विपणन संचार की अवधारणा और महत्व को परिभाषित कीजिए।
- (ब) विपणक के लिए लक्षित दर्शकों की पहचान स्पष्ट रूप से महत्वपूर्ण क्यों है?
- (स) बिक्री विधि का प्रतिशत और संचार बजट निर्धारित करने के उद्देश्य और कार्य विधि की व्याख्या कीजिए। दोनों में से कौन अधिक तर्कसंगत है और क्यों?
- (द) एफएमसीजी उत्पाद बेचने वाले विपणक के लिए किस प्रकार के मीडिया विकल्प उपलब्ध हैं?

3. Explain the relevance of studying the consumer buying behavior for marketers. What are the various factors affecting the consumer buying behavior, explain with examples. (15)

OR

What are the various stages involved in the consumer's buying decision process? Why is measuring the post purchase behavior important for marketers to build long-term relationship with the customers? (15)

विपणक के लिए उपभोक्ता खरीद व्यवहार का अध्ययन करने की प्रासंगिकता की व्याख्या कीजिए। उपभोक्ता के क्रय व्यवहार को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारक कौन-से हैं, उदाहरण सहित समझाइए।

या.

उपभोक्ता की खरीद निर्णय प्रक्रिया में शामिल विभिन्न चरण क्या हैं? विपणक के लिए ग्राहकों के साथ दीर्घकालिक संबंध बनाने के लिए खरीद के बाद के व्यवहार को मापना क्यों महत्वपूर्ण है?

4. "Promotion is the most important activity for the success of a marketing campaigns", do you agree with the statement, explain defining the unique features of the various promotional tools. (15)

OR

- (a) "There is no hard and fast rule for working out an appropriate promotional mix", do you agree, explain giving the factors affecting the promotional mix. (10)

(b) Define the significance of publicity and public relations in building the customer relationship.

(5)

“विपणन अभियानों की सफलता के लिए प्रचार सबसे महत्वपूर्ण गतिविधि है”, क्या आप इस कथन से सहमत हैं, विभिन्न प्रचार उपकरणों की अनूठी विशेषताओं को परिभाषित करने की व्याख्या कीजिए।

या

(अ) “उपयुक्त प्रमोशनल मिश्रण तैयार करने के लिए कोई कठोर नियम नहीं है”, क्या आप सहमत हैं, प्रचार मिश्रण को प्रभावित करने वाले कारकों को बताते हुए व्याख्या कीजिए।

(ब) ग्राहक संबंध बनाने में प्रचार और जनसंपर्क के महत्व को परिभाषित कीजिए।

5. (a) Define the concept of Integrated marketing communications. List out the various reasons for the growing importance of IMC concept. (10)

(b) Explain the advantages and disadvantages of print media. (5)

OR

Which advertising media would be best suited for advertising the following products in India? Give reasons in support of your answers :

(15)

- (i) Fertilizers
 - (ii) Dishwashers
 - (iii) Life insurance policies
 - (iv) Electric cars
- (अ) एकीकृत विपणन संचार की अवधारणा को परिभाषित कीजिए।
आईएमसी अवधारणा के बढ़ते महत्व के विभिन्न कारणों की सूची बनाइए।
- (ब) प्रिंट मीडिया के फायदे और नुकसान की व्याख्या कीजिए।

या

भारत में निम्नलिखित उत्पादों के विज्ञापन के लिए कौन-सा विज्ञापन मीडिया सबसे उपयुक्त होगा? अपने उत्तरों के समर्थन में कारण दीजिए :

- (i) उर्वरक

- (ii) डिशवॉशर
- (iii) जीवन बीमा पॉलिसी
- (iv) इलेक्ट्रिक कार