

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 4930

H

Unique Paper Code : 2412221201

Name of the Paper : Marketing Communication

Name of the Course : B.A

Semester : II

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 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 प्रश्नों का प्रयास करें।
3. सभी प्रश्नों पर समान अंक हैं।
4. उत्तर अंग्रेजी या हिंदी में लिखे जा सकते हैं, लेकिन पूरे पेपर में एक ही माध्यम का उपयोग किया जाना चाहिए।

### Section- A

#### सेक्शन-ए

1. What do you understand by effective communication?  
What is the importance of communication for an organization. Briefly explain the elements in the communication process. (6+6+6)

प्रभावी संचार से आप क्या समझते हैं? किसी संगठन के लिए संचार का क्या महत्व है? संचार प्रक्रिया के तत्वों को संक्षेप में समझाइये।

OR

या

What are the chief barriers to effective communication? Discuss the ways to overcome these barriers. (9+9)

प्रभावी संचार में मुख्य बाधाएँ क्या हैं? इन बाधाओं को दूर करने के तरीकों पर चर्चा कीजिए।

### Section- B

### सेक्शन - बी

2. Write short notes on any three (6\*3)

(a) Hierarchy- of- Effects model

(b) Creative strategy for designing marketing communications

(c) Factors affecting the designing of marketing communications mix

(d) Methods for setting marketing communication budget

(e) Communication channels

(f) Measuring communication result

किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए:

(ए) प्रभाव मॉडल का पदानुक्रम

(बी) विपणन संचार डिजाइन करने के लिए रचनात्मक रणनीति

(सी) विपणन संचार मिश्रण की डिजाइनिंग को प्रभावित करने वाले कारक

(डी) विपणन संचार बजट निर्धारित करने की विधियाँ

(ई) संचार चैनल

(एफ) संचार परिणाम को मापना

### Section- C

### सेक्शन - सी

3. Explain the concept of Sales Promotion by discussing its distinct characteristics and functions. Enlist &

explain different sales promotion techniques used by tour & travel companies to promote their domestic & international tours. (10+8)

बिक्री संवर्धन की अवधारणा को इसकी विशिष्ट विशेषताओं और कार्यों पर चर्चा करके समझाइए। टूर और ट्रैवल कंपनियों द्वारा अपने घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय दौरों को बढ़ावा देने के लिए उपयोग की जाने वाली विभिन्न बिक्री संवर्धन तकनीकों को सूचीबद्ध कीजिए और समझाएं।

OR

या

Explain the role played by 'Direct Marketing' in the communication mix, stating its distinct characteristics and functions. Elaborate various methods of Direct Marketing. (9+9)

संचार मिश्रण में 'प्रत्यक्ष विपणन' की विशिष्ट विशेषताओं और कार्यों को बताते हुए इसकी भूमिका की व्याख्या कीजिए। प्रत्यक्ष विपणन के विभिन्न तरीकों का विस्तार से वर्णन कीजिए।

## Section- D

## सेक्शन- डी

4. Explain the psychological and social factors influencing buying behavior. Give relevant examples. (9+9)

क्रय व्यवहार को प्रभावित करने वाले मनोवैज्ञानिक और सामाजिक कारकों की व्याख्या कीजिए। प्रासंगिक उदाहरण दीजिए।

OR

या

Explain the term consumer behavior by elaborating on its nature and scope. What are the dangers of marketing without understanding consumer behavior? Discuss in detail different types of consumer buying decisions. (5+3+10)

उपभोक्ता व्यवहार शब्द की प्रकृति और दायरे को विस्तार से समझाइए। उपभोक्ता व्यवहार को समझे बिना विपणन के खतरे क्या हैं?

विभिन्न प्रकार के उपभोक्ता क्रय निर्णयों पर विस्तार से चर्चा कीजिए।

### Section- E

#### सेक्शन - ई

5. Define Integrated Marketing Communication (IMC). Write its notable features. What is its significance for marketers? (3+10+5)

एकीकृत विपणन संचार (आईएमसी) को परिभाषित कीजिए। इसकी उल्लेखनीय विशेषताएँ लिखिए। विपणक के लिए इसका क्या महत्व है?

OR

या

Develop a media plan for a company to promote its low-priced carbonated beverage for young adults in the Indian market. Make necessary assumptions.

(18)

भारतीय बाजार में युवा वयस्कों के लिए अपने कम कीमत वाले कार्बोनेटेड पेय को बढ़ावा देने के लिए एक कंपनी के लिए एक मीडिया योजना विकसित कीजिए। आवश्यक धारणाएँ बनाएँ।