

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 2209

H

Unique Paper Code : 62417628

Name of the Paper : Digital Marketing

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

Semester : IV

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. All questions from each section should be attempted together at one place.

P.T.O.

5. Answers may be written in English or in 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।
2. सभी प्रश्नों का प्रयास करें।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
4. प्रत्येक अनुभाग के सभी प्रश्नों को एक ही स्थान पर एक साथ हल करना चाहिए।
5. उत्तर अंग्रेजी या हिंदी में लिखे जा सकते हैं; लेकिन पूरे पेपर में एक ही माध्यम का उपयोग किया जाना चाहिए।

1. "Despite challenges, marketers have to go online because of the tremendous opportunities available", explain various essentials to be taken into consideration for effective implementation of digital marketing policies.

“कई चुनौतियों के बावजूद, ऑनलाइन क्षेत्र में उपलब्ध जबरदस्त अवसरों के कारण विपणक को ऑनलाइन को अपनाना पड़ता है”, डिजिटल मार्केटिंग नीतियों के प्रभावी कार्यान्वयन के लिए ध्यान में रखी जाने वाली विभिन्न आवश्यक बातों की व्याख्या कीजिए।

OR

या

(a) What is the difference between e-commerce, e-business and e-marketing? (5)

(b) How is digital marketing different than traditional marketing? How do you expect it to grow into mobile marketing in the times to come? (10)

(ए) ई-कॉमर्स, ई-बिजनेस और ई-मार्केटिंग के बीच क्या अंतर है?

(बी) डिजिटल मार्केटिंग पारंपरिक मार्केटिंग से किस प्रकार भिन्न है? आप कैसे उम्मीद करते हैं कि आने वाले समय में यह मोबाइल मार्केटिंग में विकसित होगा?

2. Attempt any two of the following questions:

(7.5, 7.5)

- (a) Describe the relevance of place in digital marketing mix. How can dis-intermediation and re-intermediation be used by online marketers?
- (b) Explain the significance of the concept of people in the marketing activities of online businesses.
- (c) How does the concept of physical evidence relate to an organisation's web presence?

निम्नलिखित में से किन्हीं दो प्रश्नों का उत्तर दीजिए:

- (ए) डिजिटल मार्केटिंग मिश्रण में स्थान की प्रासंगिकता का वर्णन कीजिए। ऑनलाइन विपणन द्वारा गैर-मध्यस्थता और पुनः-मध्यस्थता का उपयोग कैसे किया जा सकता है?
- (बी) ऑनलाइन व्यवसायों की विपणन गतिविधियों में लोगों की अवधारणा के महत्व को स्पष्ट कीजिए।
- (सी) भौतिक साक्ष्य की अवधारणा किसी संगठन की वेब उपस्थिति से कैसे संबंधित है?

3. (a) Why is it important for marketers to follow the e-CRM strategies these days? What are the various stages involved in the process of e-CRM? (10)

(b) Explain the concept of e-customers fears and phobias (5)

(ए) विपणक के लिए इन दिनों ई-सीआरएम रणनीतियों का पालन करना क्यों महत्वपूर्ण है? ई-सीआरएम की प्रक्रिया में शामिल विभिन्न चरण क्या हैं?

(बी) ई-ग्राहकों के भय और आशंकाओं की अवधारणा को स्पष्ट कीजिए।

OR

या

Explain the process of website development. What are the various stages involved in designing an effective website? (15)

वेबसाइट बनाने की प्रक्रिया समझाइये। एक प्रभावी वेबसाइट को डिज़ाइन करने में शामिल विभिन्न चरण क्या हैं?

4. “SEO is a continuous and complicated task for digital marketing”, do you agree. Explain in the light of the various stages involved in conducting an effective SEO. (15)

“डिजिटल मार्केटिंग के लिए SEO एक सतत और जटिल कार्य है”, क्या आप सहमत हैं? एक प्रभावी SEO के संचालन में शामिल विभिन्न चरणों के प्रकाश में व्याख्या कीजिए।

OR

या

- (a) “Pay-per-click advertising benefits the digital marketers as they are paying only for those ads which are clicked”, do you agree. (7)

- (b) Critically examine the significance of advertising through the Internet. Support your viewpoint with real life examples from the corporate world. (8)

(ए) “प्रति-क्लिक विज्ञापन से डिजिटल विपणक को लाभ होता है क्योंकि वे केवल उन विज्ञापनों के लिए भुगतान कर रहे हैं जिन पर क्लिक किया जाता है”, क्या आप सहमत हैं।

(बी) इंटरनेट के माध्यम से विज्ञापन के महत्व का समालोचनात्मक विश्लेषण कीजिए। कॉर्पोरेट जगत के वास्तविक जीवन के उदाहरणों से अपने दृष्टिकोण का समर्थन कीजिए।

5. Write short notes on any three of the following:

(5*3)

(i) Email marketing

(ii) Social media marketing

(iii) Payment gateways

(iv) Privacy policy in digital marketing

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए:

(i) ईमेल मार्केटिंग

(ii) सोशल मीडिया मार्केटिंग

(iii) भुगतान गेटवे

(iv) डिजिटल मार्केटिंग में गोपनीयता नीति