

This question paper contains 6 printed pages.

4562

Your Roll No.

B.A. Prog. / I

AS

**ADVERTISING, SALES PROMOTION
AND MANAGEMENT**

Paper I— Marketing Communication

(Admissions of 2004 and onwards)

Time : 3 hours

Maximum Marks : 75

*(Write your Roll No. on the top immediately
on receipt of this question paper.)*

NOTE:— *Answers may be written either in English or in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.*

टिप्पणी:— *इस प्रश्नपत्र का उत्तर अंग्रेज़ी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।*

*Attempt all questions.
All questions carry equal marks.*

*सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।*

1. (a) "A marketer should stop making makeable products and should start making marketable products."

P. T. O.

Explain the significance of the statement giving the importance of consumer orientation in today's market scenario.

“विक्रेता को निर्माणयोग्य उत्पाद बनाना बंद करके विपणन-योग्य उत्पाद बनाने शुरू कर देने चाहिए।” वर्तमान बाज़ार परिदृश्य में उपभोक्ता अभिविन्यास का महत्त्व बताते हुए इस कथन का महत्त्व स्पष्ट कीजिए।

7-5

- (b) Explain the concept of marketing mix for introducing a new luxury car in the market.

बाज़ार में नई लक्ज़री कार के प्रवर्तन के लिए विपणन मिश्र की संकल्पना को स्पष्ट कीजिए।

7-5

Or (अथवा)

- (a) “Marketing is a very important tool for fighting the excessive competition prevailing in the marketplace.” Do you agree? Explain giving the importance of marketing for consumers and the society at large.

“बाज़ार में विद्यमान अत्यधिक प्रतियोगिता से जूझने के लिए विपणन अत्यंत महत्वपूर्ण उपकरण है।” क्या आप इससे सहमत हैं? उपभोक्ताओं और विस्तृत समाज के लिए विपणन का महत्त्व बताते हुए स्पष्ट कीजिए।

10

- (b) Differentiate between the concept of marketing and selling with examples and diagram.

उदाहरणों एवं आरेख सहित विपणन और विक्रय की संकल्पना में विभेद कीजिए।

5

2. Attempt any *three* of the following :

निम्नलिखित में से कोई तीन प्रश्न कीजिए :

(a) Explain the influence of demographic variables on the marketers of consumer's products.

उपभोक्तृओं के उत्पादों के विक्रेताओं पर जनांकिकीय चरों के प्रभाव को स्पष्ट कीजिए।

(b) What are the various stages involved in the consumer's buying decision process?

उपभोक्तृओं की खरीदारी निर्णय प्रक्रिया में शामिल विभिन्न चरण क्या हैं?

(c) Differentiate between dissonance reducing buying behaviour and complex buying behaviour.

विसंगति न्यूनीकरण क्रय व्यवहार और जटिल क्रय व्यवहार में विभेद कीजिए।

(d) What are the various levels of market segmentation? Explain with examples.

बाज़ार खंडीकरण के विभिन्न स्तर क्या हैं? सोदाहरण स्पष्ट कीजिए।

3×5

3. Explain the marketing communication process with diagram. What are the steps taken to overcome the problems of selective attention, retention and recall?

विपणन संप्रेषण प्रक्रिया को आरेख से स्पष्ट कीजिए। चयनात्मक अवधान, प्रतिधारण और प्रत्यास्मरण की समस्याओं से उबरने के लिए कौन-से कदम उठाए जाते हैं? 15

Or (अथवा)

Attempt any *three* of the following :

निम्नलिखित में से कोई तीन प्रश्न कीजिए :

- (a) Define the various communication objectives set by marketers.

विक्रेताओं द्वारा निर्धारित विभिन्न संप्रेषण उद्देश्यों की परिभाषा दीजिए।

- (b) Why is identification of target audience important for the marketers for designing an effective communication?

प्रभावी संप्रेषण के अभिकल्पन के लिए विक्रेताओं के लिए लक्ष्य श्रोता/दर्शक वर्ग का अभिनिर्धारण क्यों आवश्यक है?

- (c) How can marketers design an effective message to be conveyed to the target audience effectively?

विक्रेता लक्ष्य श्रोता-दर्शक वर्ग तक प्रभावी संदेश पहुँचाने के लिए उसका अभिकल्पन कैसे कर सकते हैं?

- (d) Why is objective and task method of setting communication budget considered the most scientific and objective method?

संप्रेषण बजट बनाने की उद्देश्य और कृत्य पद्धति सबसे वैज्ञानिक और वस्तुनिष्ठ क्यों मानी जाती है? 3×5

4. Define promotion. Why is promotion becoming an important tool for marketers? Explain the various promotional tools used by marketers to promote a consumer product in the market.

संवर्धन की परिभाषा दीजिए। संवर्धन विक्रेताओं के लिए महत्वपूर्ण उपकरण क्यों बनता जा रहा है? बाज़ार में उपभोक्ता उत्पाद के संवर्धन के लिए विक्रेताओं द्वारा प्रयुक्त विभिन्न संवर्धन उपकरणों को स्पष्ट कीजिए। 15

Or (अथवा)

Explain the concept of promotion mix. What are the various factors affecting the choice of an appropriate promotional mix?

संवर्धन मिश्र की संकल्पना को स्पष्ट कीजिए। उपयुक्त संवर्धन मिश्र के चयन को प्रभावित करने वाले विविध कारक कौन-से हैं? 15

5. Attempt any *two* of the following :

निम्नलिखित में से कोई दो प्रश्न कीजिए :

- (a) Why is sales promotion considered an important tool to supplement advertising and personal selling?

विज्ञापन और व्यक्तिगत विक्रय के अनुपूरण के लिए विक्रय संवर्धन को महत्वपूर्ण उपकरण क्यों माना जाता है?

- (b) Define the concept of integrated marketing communication. Why is it becoming important?

एकीकृत विपणन संप्रेषण की संकल्पना को परिभाषित कीजिए। यह क्यों महत्वपूर्ण होता जा रहा है?

P. T. O.

(c) Explain the process of IMC. What are the various stages involved in this?

एकीकृत विपणन संप्रेषण की प्रक्रिया को स्पष्ट कीजिए। इसमें शामिल विविध चरण क्या हैं?

2×7½