

This question paper contains 4+2 printed pages]

Your Roll No.....

1202

B.A. (Prog.)/I

C

**ADVERTISING SALES PROMOTION AND
MANAGEMENT**

Paper I—Marketing Communication

(Admissions of 2004 and onwards)

Time : Three 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 प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी 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।

P.T.O.

1. Explain any two :

(i) The concept of Product life cycle:

(ii) The concept of Marketing-Mix:

(iii) The process of Marketing Communication:

(iv) Macro-environmental Factors. 7.5×2

किन्हीं दो को स्पष्ट कीजिए :

(i) उत्पाद-जीवनकाल की संकल्पना;

(ii) विपणन-मिश्र की संकल्पना;

(iii) विपणन-संप्रेषण प्रक्रिया;

(iv) वृहत् पर्यावरणी कारक।

2. What is marketing management ? What is its importance for marketers and consumers ? 5+10

विपणन प्रबंध से क्या तात्पर्य है ? विक्रेताओं और उपभोक्ताओं के लिए इसका क्या महत्व है ?

Or

(अथवा)

What do you understand by consumer buying behaviour ?

Why is it important for marketers to study consumer buying
behaviour ?

10+5

उपभोक्ता क्रय-व्यवहार से आप क्या समझते हैं ? विक्रेता
के लिए उपभोक्ता क्रय-व्यवहार का अध्ययन क्यों महत्वपूर्ण
है ?

3. Develop an integrated promotion plan, using all elements of
promotion-mix, for an LCD TV or a herbal shampoo. 15

एल.सी.डी. टीवी अथवा किसी हर्बलशैम्पू के लिए संवर्धन-मिश्र
के सभी तत्वों का उपयोग करते हुए एकीकृत संवर्धन योजना
विकसित कीजिए।

Or

(अथवा)

What do you understand by market segmentation ? What are the various factors taken into consideration while segmenting a consumer goods market ?

बाज़ार खंडीकरण से आप क्या समझते हैं ? उपभोक्ता वस्तु बाज़ार के लिए खंडीकरण में किन विभिन्न कारकों को ध्यान में रखना चाहिए ?

4. Discuss different methods of determining promotion-budget. In the light of their pros and cons, which methods are more superior to others ?

10+5

संवर्धन-बजट निर्धारण की विभिन्न प्रणालियों का विवेचन कीजिए। उनके गुण-दोषों को देखते हुए कौनसी प्रणालियाँ दूसरी प्रणालियों से श्रेष्ठ हैं ?

Or

(अथवा)

Why is defining objectives clearly an important step for conducting effective marketing communication ? Explain with the help of AIDA model and hierarchy-of-effects model.

प्रभावी विपणन-संप्रेषण करने के लिए उद्देश्यों को सुस्पष्ट परिभाषित करना क्यों एक महत्वपूर्ण चरण है ? AIDA मॉडल और प्रभाव-सोपानिकी मॉडल की सहायता से स्पष्ट कीजिए।

5. Differentiate between any *three* :

(i) Core product and augmented product;

(ii) Encoding and decoding;

(iii) Advertising and Sales promotion;

(iv) Needs, wants and demand;

(v) Mass marketing and one-to-one marketing.

5×3

किन्हीं तीन में विभेद कीजिए :

- (i) क्रोड उत्पाद और संवर्धित उत्पाद;
- (ii) संकेतन और विसंकेतन;
- (iii) विज्ञापन और विक्रय संवर्धन;
- (iv) आवश्यकताएँ, इच्छाएँ और मांग;
- (v) व्यापक विपणन और एकैक विपणन।