

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 5311

D

Your Roll No.....

Unique Paper Code : 241251

Name of the Course : B.A. (Prog.) ASPM

Name of the Paper : Marketing Communication

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 in Hindi or English but the same medium should be followed 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 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. Write a descriptive note on any **two** of the following : (7.5+7.5)

- (i) Barriers to effective communication
- (ii) Personal and non-personal communication
- (iii) Complex buying behaviour vs habitual buying behaviour

किसी भी निम्न में से दो पर एक वर्णनात्मक पत्र लिखें :

- (i) प्रभावी संचार के लिए बाधाओं को समझाओ

P.T.O.

(ii) निजी और गैर-व्यक्तिगत संचार के बीच अंतर को समझाओ

(iii) परिसर खरीद व्यवहार बनाम अभ्यस्त खरीद व्यवहार के बीच अंतर को समझाओ

2. Explain the various steps involved in developing the effective marketing communication. (15)

**OR**

What is communication ? Briefly explain the fundamental elements underlying the communication process. (5+10=15)

प्रभावी विपणन संचार के विकास में शामिल विभिन्न चरणों को समझाओ ।

**अथवा**

संचार क्या है ? संक्षेप में मौलिक संचार प्रक्रिया के अंतर्निहित तत्वों को समझाओ ।

3. What is Integrated Marketing Communication ? Explain how IMC is a powerful and cost-effective promotional strategy. (7.5+7.5)

**OR**

What is consumer behaviour ? Why there is always a need for marketers to study consumer behaviour ? How do social and cultural factors affect consumer behavior ? (3+3+9)

एकीकृत विपणन संचार (आईएमसी) क्या है ? आईएमसी कैसे एक शक्तिशाली और लागत प्रभावी प्रचार रणनीति हैं ? व्याख्या करें ।

**अथवा**

उपभोक्ता व्यवहार क्या है ? हमेशा एक बाजार के लिए उपभोक्ता के व्यवहार का अध्ययन करने की जरूरत क्यों है ? सामाजिक और सांस्कृतिक कारकों उपभोक्ता व्यवहार को कैसे प्रभावित करते हैं ?

4. (a) Critically evaluate the various components of "promotion mix". (10)
- (b) How does sales promotion complement advertising and personal selling ? (5)

## OR

- (a) Explain the various factors affecting promotional mix. (10)
- (b) Differentiate between advertising and personal selling. (5)
- (क) प्रचार मिश्रण के विभिन्न घटकों का मूल्यांकन करें।
- (ख) बिक्री संवर्धन विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री को कैसे पूरक करता है ?

## अथवा

- (क) विभिन्न प्रचार मिश्रण को प्रभावित करने वाले कारकों को समझाओ।
- (ख) विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री के बीच अंतर को समझाओ।
5. (a) What is advertising media ? What are the advantages and limitations of advertising through newspapers and T.V. ? (4+8)
- (b) Suggest suitable media for advertising :
- (i) Cosmetics
- (ii) Health drinks
- (iii) Sports goods (3)

## OR

- (a) What steps are involved in consumer buying decision process ? (9)
- (b) Suggest a suitable promotion mix, with reasons, for the following products :
- (i) A herbal shampoo
- (ii) A dishwasher
- (iii) A sachet packing machine (6)
- (क) विज्ञापन मीडिया क्या है ? अखबारों और टीवी के माध्यम से विज्ञापन के फायदे और सीमाएँ क्या हैं ?

(ख) (i) सौंदर्य प्रसाधन (ii) स्वास्थ्य पेय (iii) खेल के सामान के लिए उपयुक्त विज्ञापन मीडिया सुझाएँ ।

अथवा

(क) उपभोक्ता खरीद प्रक्रिया के निर्णय में क्या कदम शामिल कर रहे हैं ?

(ख) निम्नलिखित उत्पादों के लिए एक उपयुक्त पदोन्नति मिश्रण कारणों के साथ सुझाएँ :

(i) एक हर्बल शैम्पू

(ii) एक dishwasher

(iii) एक पाउच पैकिंग मशीन