



PGCOM 514

M-2

M.Com. (IIIrd SEMESTER) EXAMINATION, 2023-24

(CBCS MODE)

COMMERCE

(INTEGRATED MARKETING
COMMUNICATION)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 75

Note: There are **three** sections (A, B and C) and candidate has to attempt questions from all section, Marks are indicated against each section.

नोट : इस प्रश्न पत्र में **तीन** खण्ड है (अ, ब एवं स) परीक्षार्थी को सभी खण्डों से प्रश्नों का उत्तर देना है। प्रत्येक खण्ड के सम्मुख अंक अंकित है।

Section-A

खण्ड-अ

1. Answer all of the following questions : $5 \times 3 = 15$

निम्नलिखित में से प्रत्येक का उत्तर दीजिये :

(a) Define integrated marketing communication.

एकीकृत विपणन संचार को परिभाषित करिये।

(b) Differentiate between personal and Non-personal media.

वैयक्तिक एवं गैर-वैयक्तिक मीडिया में अन्तर स्पष्ट कीजिये।

- (c) Explain any three objectives of advertising.
विज्ञापन के किन्हीं तीन उद्देश्यों की व्याख्या कीजिये।
- (d) What is the role of Personal selling in promotion mix ?
प्रचार मिश्रण में वैयक्तिक विक्रम की क्या भूमिका है।
- (e) Differentiate between contest & Sweepstake.
प्रतियोगिकता एवं स्वीपस्टेक में अन्तर स्पष्ट कीजिए।

Section-B

खण्ड-ब

Note: Answer all of the following questions : $4 \times 5 = 20$

नोट : निम्नलिखित में से प्रत्येक प्रश्न का उत्तर कीजिये।

2. (a) Differentiate between Public relation & Publicity.
जनसंपर्क एवं प्रचार में अन्तर स्पष्ट कीजिये।

Or

अथवा

- (b) Discuss the pros & cons of using an outside advertising agency.
किसी बाहरी विज्ञापन एजेंसी को उपयोग करने के फायदे एवं नुकसान पर चर्चा करें।

3. (a) Explain the AIDA model of communication.

संचार के 'AIDA' मॉडल की व्याख्या करें।

Or

अथवा

- (b) Explain the three sources attributes while a markets should keep in mind which selecting message source.

एक विपणनकर्ता को संदेश स्रोत का चयन करते समय उनकी जिन तीन विशेषताओं को ध्यान में रखना चाहिये, उनका वर्णन कीजिये।

4. (a) What are the three types of media scheduling ?

मीडिया शेड्यूलिंग के तीन प्रकार क्या हैं ?

Or

अथवा

- (b) Explain any three methods of fixing advertising budget.

विज्ञापन बजट निर्धारण करने की किन्हीं तीन विधियों की व्याख्या करें।

5. (a) Describe the importance of Personal selling.

वैयक्तिक विक्रय के महत्व का वर्णन करें।

Or

अथवा

(b) Write a short note on direct marketing.

प्रत्यक्ष विपणन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिये।

Section-C

खण्ड-स

Note: Answer any two of the following : $2 \times 20 = 40$

नोट : निम्न में से किन्ही दो प्रश्नों का उत्तर दीजिये :

6. Throw some light on 'Hierarchy of effects' model of marketing communication.

विपणन संप्रेषण के 'हायरार्की ऑफ इफेक्ट्स' मॉडल पर प्रकाश डालिये।

7. Define sales promotion. Discuss the various types of sales promotion methods which can be used by a marketer to promote sales.

विक्रय संवर्धन को परिभाषित कीजिये। एक विपणनकर्ता द्वारा विक्रय में संवर्धन के लिये उपयोग में लाई जा सकने वाली विभिन्न विक्रय संवर्धन विधियों की चर्चा कीजिये।

8. Explain the personal selling process in detail.

वैयक्तिक विक्रय प्रक्रिया का विस्तारपूर्वक वर्णन कीजिये।

9. Briefly explain the Media Planning Process.

मीडिया नियोजन प्रक्रिया की संक्षेप में समझाइये।

