Roll No. .....

(E-18) **9590**

Printed Pages—**4**] **PGDEM5**

Post-Graduate Diploma in Event Management

Examination, May/June 2019

MARKETING AND ADVERTISING

अवधि/Duration : 3 घंटे/Hours] [पूर्णांक/Max. Marks : 80

[न्यूनतम उत्तीर्णांक/Min. Pass Marks : 32

निर्देश :

1. प्रश्न-पत्र पाँच इकाइयों में विभाजित है । प्रत्येक इकाई में आन्तरिक विकल्प दिया गया है ।
2. प्रत्येक इकाई से **एक** प्रश्न का उत्तर दीजिए । इस प्रकार कुल **पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
3. **सभी** प्रश्नों के लिए समान अंक नियत हैं ।
4. जहाँ आवश्यकता हो वहाँ उपयुक्त डाटा माना जा सकता है ।
5. अनुवाद में विसंगति होने पर अंग्रेजी स्वरूप को सही माना जाए ।
6. प्रश्न-पत्र में परीक्षार्थी निर्धारित स्थान पर अपना रोल नम्बर अंकित करें ।

Instructions :

1. The Question Paper is divided in five Units. Each unit carries an internal choice.
2. Attempt *one* question from each Unit. Thus attempt *five* questions in all.
3. *All* questions carry equal marks.
4. Assume suitable data wherever necessary.
5. English version should be deemed to be correct in case of any anomaly in translation.
6. Candidate should write his/her Roll Number at the prescribed space on the question paper.

P.T.O.

इकाई I/(Unit I)

1. ग्राहकों की संतुष्टि को परिभाषित कीजिए। इसे उत्पाद/सेवा के माध्यम से कैसे वितरित किया जाता है? मूल्य श्रृंखला और वितरण नेटवर्क के प्रकाश में बताइए।

Define customer satification. How is it delivered through a product/service? Explain in the light of value chain and delivery network.

अथवा/(*Or*)

वैश्विक परिदृश्य में विपणन के लिए विभिन्न चुनौतियाँ क्या हैं? बताइए कि कैसे ई-बिजनेस ने ई-अखबार का उदाहरण लेकर इस चुनौती को अपना महत्व दिया है ?

What are various challenges to marketing in global scenario? Explain how e-business has marked its importance to this challenge by taking an example of e-newspaper.

इकाई II/(Unit II)

2. वर्तमान परिदृश्य में निम्नलिखित मापदंड़ों पर विशेष रूप से इलेक्ट्रॉनिक सामान के खरीदार व्यवहार की व्याख्या कीजिए :

(अ) बहु-प्रकार

(ब) बहु-ब्रांड

(स) बहु-उद्देश्यीय उत्पाद।

Explain buyer behavior especially of electronic goods on the following parameters in current scenario of :

(*a*) Multi-variety

(*b*) Multi-brands

(*c*) Multi-purpose products.

अथवा/(*Or*)

उत्पाद मिश्रण और उत्पाद लाइन निर्णय क्या हैं? वे निर्णय कंपनी के कारोबार की वृद्धि करने में कैसे मदद करते हैं ? उपयुक्त उदाहरण देते हुए समझाइए।

What are product mix and product line decisions ? How do these decisions help to multiple the turnover of the campany. Explain giving suiatble examples.

इकाई III/(Unit III)

3. वीएमएस और एचएमएस के चैनल की गतिशीलता की व्याख्या करें। बाजार में उत्पाद की स्थिरता के लिए कौनसी गतिशीलता अधिक शक्तिशाली है और क्यों?

Explain channel dynamics of VMS and HMS. Which dynamics is more powerful for the stability of the product in the market and why ?

अथवा/(*Or*)

बाजार में उत्पाद/सेवा की स्थिति के लिए चैनल प्रबंधन कैसे काम करता है? क्या ई-मार्केटिंग समान अवधारणा का अनुसरण करता है? यदि हाँ तो एक उपयुक्त उदाहरण के साथ समझाइए।

How does channel management work for the positioning of product/service in the market ? Does e-marketing follow the similar concept ? If yes, explain with suitable example.

इकाई IV/(Unit IV)

4. बिक्री बल की संरचना व उद्देश्यों के बारे में विस्तार से समझाइए।

Explain the objectives of sales force and structure of sales force in detail.

अथवा/(*Or*)

बिक्री संवर्धन में एक जनसंपर्क निर्णय कैसे मदद करता है? उदाहरणों सहित स्पष्ट कीजिए।

How does a Public relations decision help in sales promotion? Explain with examples.

इकाई V/(Unit V)

5. विज्ञापन अनुसंधान के पूर्व और पश्च दोनों पहलुओं पर विज्ञापन अनुसंधान की व्याख्या कीजिए।

Explain advertising research on both aspects pre and post research strategy.

अथवा/(*Or*)

विज्ञापन की योजना कैसे बनाई जाती है? क्या एक संरचित प्रक्रिया एक बेहतर विज्ञापन तैयार करने में मदद करती है? उदाहरण के टिप्पणी करें।

How is planning of advertising carried out ? Does a structure process help to prepare a better advertisement ? Comment with example.