

Sr. No of Question Paper: 10087
Unique Paper Code: 2203010031
Name of the Course: NEP-UGCF B.Sc. (Honours) Home Science
Name of the Paper: Advertising and Digital Marketing
Semester: VII, DSE
Duration: 2 Hours
Maximum Marks: 60

Instructions for Candidates:

- Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
- Attempt **any four** questions.
- All questions carry equal marks.
- Answers may be written either in English or in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

उम्मीदवारों के लिए निर्देश:

- इस प्रश्नपत्र के मिलते ही सबसे ऊपर अपना अनुक्रमांक लिखें।
- **किन्हीं चार** प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
- सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
- इस प्रश्न पत्र का उत्तर हिंदी या अंग्रेजी किसी भी एक भाषा में दीजिए लेकिन सभी उत्तर एक ही भाषा में होने चाहिए।

Q.1. Explain the concept of advertising, tracing its evolution from ancient forms to the digital era, and discuss the major classifications of advertising.

प्र.1. विज्ञापन की अवधारणा को समझाइए, प्राचीन रूपों से डिजिटल युग तक इसके विकास का पता लगाइए, तथा विज्ञापन के प्रमुख वर्गीकरणों पर चर्चा कीजिए।

(15)

Q.2.,a) Explain the concept of Integrated Marketing communication (IMC) and briefly explain its strategic importance in today's diverse media landscape.
b) Explain the AIDA and DAGMAR models of advertising.

क) एकीकृत विपणन संचार (आईएमसी) की अवधारणा की व्याख्या कीजिए तथा आज के विविध मीडिया परिदृश्य में इसके रणनीतिक महत्व की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

ख) विज्ञापन के एआईडीए और डैगमर मॉडल की व्याख्या कीजिए।

(7.5, 7.5)

Q.3. Answer the following questions:

- a) Define consumer behaviour and discuss the factors influencing consumer behaviour.
- b) Briefly outline and explain the key steps in the consumer decision-making process, with appropriate examples

प्र.3. निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए:

क) उपभोक्ता व्यवहार को परिभाषित कीजिए और उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों पर चर्चा कीजिए।

ख) उपभोक्ता निर्णय लेने की प्रक्रिया में प्रमुख चरणों की रूपरेखा और संक्षिप्त व्याख्या, उपयुक्त उदाहरणों के साथ करें।

(7.5, 7.5)

Q.5. Define digital marketing and explain how it differs from traditional marketing methods. Identify and describe the various types of digital marketing, illustrating how each type functions and what role it plays in a comprehensive digital strategy.

प्र.5. डिजिटल मार्केटिंग को परिभाषित करें और समझाएँ कि यह पारंपरिक मार्केटिंग विधियों से कैसे भिन्न है। डिजिटल मार्केटिंग के विभिन्न प्रकारों को पहचानें और उनका वर्णन करें, यह दर्शाते हुए कि प्रत्येक प्रकार कैसे कार्य करता है और एक व्यापक डिजिटल रणनीति में इसकी क्या भूमिका है।

(15)

Q.6. a) What is Social Media Marketing (SMM)? Discuss the key platforms used in Social Media Marketing.

b) Data analytics is crucial for measuring campaign success. Explain the function of tools like Google Analytics and Meta Insights.

प्र.6.क) सोशल मीडिया मार्केटिंग (एसएमएम) क्या है? सोशल मीडिया मार्केटिंग में उपयोग किए जाने वाले प्रमुख प्लेटफॉर्म पर चर्चा करें।

ख) अभियान की सफलता मापने के लिए डेटा एनालिटिक्स महत्वपूर्ण है। गूगल एनालिटिक्स और मेटा इनसाइट्स जैसे टूल्स के कार्यों की व्याख्या करें।

(7.5, 7.5)

Q.7. With suitable examples, outline and explain the major stages involved in designing an advertising campaign aimed at building brand awareness.

प्र.7. उपयुक्त उदाहरणों के साथ, ब्रांड जागरूकता निर्माण के उद्देश्य से विज्ञापन अभियान की रूपरेखा तैयार करने में शामिल प्रमुख चरणों की रूपरेखा तैयार करें और उन्हें समझाएं।

(15)

Q.8. Write short notes of **any three** of the following:

- a) Appeals in Advertisements
- b) Big Data
- c) Influencer Marketing
- d) Search Engine Optimization
- e) Advertising Standards Council of India (ASCI)

प्र.7. निम्नलिखित में से **किन्हीं तीन** पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:

- क) विज्ञापन में अपील
- ख) बड़ा डेटा
- ग) प्रभावशाली विपणन
- घ) सर्च इंजन अनुकूलन
- ङ) भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (एएससीआई)

(5 marks each)