

**Five-Year Integrated Programme in
Journalism Exam May/June, 2026
15103**

Important Instruction : Student should remove Question Paper seal only after the exam time starts. No seal should be removed before the starting of the allotted exam time.

Date of Examination **Total Pages 48**

Examination	Award By Examiner	
Subject	I.	
Paper Code	II.	
Option, if any	III.	
INSTRUCTIONS TO STUDENTS 1. Before beginning to answer, fill all the particulars. 2. Begin writing in the Answer Booklet after the question paper and write on both sides of the paper. 3. Do not write your name or that of your College anywhere in the booklet. 4. Number your answers according to the number of the question. 5. Commence your answers to each question on a separate page. 6. No leaves should be torn from the answer-book on any account. Any rough work, calculation, etc. if made in the booklet be scored out. 7. This complete booklet shall be returned to the invigilator before leaving Examination Hall.	IV.	
	V.	
	VI.	
	VII.	
	VIII.	
	IX.	
	X.	
	XI.	
	XII.	
	Total in Figure	
	Total in Words	

Examiner's Code No.

Examiner's Signature (in ink)

----- TEAR FROM HERE -----
----- TEAR FROM HERE -----
----- TEAR FROM HERE -----

Write your Roll No., Name and Paper Code as required below :

Examination Roll No. :

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Name of Student :

Paper Code :

Name of Invigilator

Signature of Invigilator

INSTRUCTIONS TO THE CANDIDATES

1. Answer to the questions can be written either in English or in Hindi or as per instructions on the question paper, as the case may be. However, the medium of answer should remain uniform throughout the paper.

प्रश्नों के उत्तर या तो अंग्रेजी अथवा हिंदी में अथवा प्रश्नपत्र में दिए गए अनुदेशों के अनुसार लिखे जा सकते हैं, जैसी भी स्थिति हो, तथापि उत्तर दिए जाने का माध्यम पूरे प्रश्नपत्र में एक समान होना चाहिये।

2. The candidates are admitted to this examination under the conditions laid down in the relevant Ordinances and Regulations of the University as applicable.

परीक्षार्थियों को विश्वविद्यालय से संबंधित अध्यादेशों एवं विनियमों में लिखित शर्तों के तहत इस परीक्षा में प्रवेश दिए जाते हैं, जैसा भी लागू हो।

3. The candidates are not allowed to take with them any unauthorized material including mobile phones, calculators or any other electronic device to the examination hall. These would be construed as an ingredient of unfair means.

परीक्षार्थियों को अपने साथ परीक्षा हॉल में मोबाइल फोन, कैलकुलेटर अथवा कोई अन्य इलेक्ट्रॉनिक डिवाइस सहित किसी भी प्रकार की अप्राधिकृत सामग्री लाने की अनुमति नहीं है। इन्हें अनुचित तरीकों के एक घटक के रूप में माना जायेगा।

4. The Superintendent of Examination, Invigilator(s), Members of the Visiting Team(s) and the Observer(s) are free to do physical search of the candidates at any time during the course of examination or before entering into the examination hall to ensure that they do not have unauthorized material in their possession. The cases of the candidates booked for use of unfair means and for resorting to disorderly conduct in University Examinations shall be dealt in accordance with the University rules, as applicable.

परीक्षा अधीक्षक, अन्वीक्षक(कों), विजिटिंग टीम (टीमों) के सदस्य परीक्षा के दौरान अथवा परीक्षा हॉल में प्रवेश करने से पहले किसी भी समय परीक्षार्थी की प्रत्यक्ष रूप से तलाशी लेने के लिए स्वतंत्र होते हैं और यह सुनिश्चित करते हैं कि परीक्षार्थियों के पास कोई अप्राधिकृत सामग्री नहीं है। अनुचित तरीकों का प्रयोग करने अथवा विश्वविद्यालय परीक्षाओं में शांति भंग करने हेतु परीक्षार्थियों पर विश्वविद्यालय नियमावली के अनुसार मामला दर्ज किया जायेगा, जैसा भी लागू हो।

DO NOT WRITE ANYTHING ON THIS PAGE

15103

M

Five-Year Integrated Programme in Journalism Examination, May/June, 2026

Unique Paper Code : 81011402

Semester-IV

INTEGRATED MARKETING AND COMMUNICATION

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 75

Note : — Answers may be written either in English or in Hindi, but the same medium should be used throughout the paper.

टिप्पणी :— इस प्रश्नपत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिये, परंतु सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिये।

Attempt any *five* questions out of eight questions.

All questions have equal marks.

दिए गए आठ प्रश्नों में से किन्हीं **पाँच** प्रश्नों को हल कीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. Explain the concept and evolution of IMC. Discuss the factors responsible for its growing importance.

IMC की अवधारणा और विकास को समझाइए। इसके बढ़ते महत्व के कारणों पर चर्चा कीजिए।

2. Analyse the importance of direct marketing, sales promotion and online marketing. How do these tools influence consumer behaviour ?

डायरेक्ट मार्केटिंग, सेल्स प्रमोशन और ऑनलाइन मार्केटिंग के महत्व का विश्लेषण कीजिए। ये उपभोक्ता व्यवहार को कैसे प्रभावित करते हैं ?

3. Explain AIDA and DAGMAR models of advertising. Compare their applicability in modern advertising campaigns.

AIDA और DAGMAR विज्ञापन मॉडलों को समझाइए। आधुनिक विज्ञापन अभियानों में इनके उपयोग की तुलना कीजिए।

4. Explain the process of situation analysis and market research. How are communication objectives formulated ?

स्थिति विश्लेषण (Situation Analysis) और बाजार अनुसंधान (Market Research) की प्रक्रिया को समझाइए। संचार उद्देश्यों का निर्धारण कैसे किया जाता है ?

5. What are the basic differences between Advertising and Public Relations ? Define its role in Integrated Marketing Communication.

विज्ञापन और जनसंपर्क के बीच बुनियादी अंतर क्या हैं ? एकीकृत मार्केटिंग संचार में इनकी भूमिका को स्पष्ट कीजिए।

6. Discuss media planning, budgeting and scheduling. How do these elements contribute to effective campaign management ?

मीडिया प्लानिंग, बजटिंग और शेड्यूलिंग पर चर्चा कीजिए। ये तत्व प्रभावी अभियान प्रबंधन में कैसे सहायक हैं ?

7. Write short notes on :

- (a) Maslow's Hierarchy Model
- (b) Post-Testing in Advertising
- (c) ASCI

निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

- (a) मैस्लो का पदानुक्रम मॉडल
- (b) विज्ञापन में पोस्ट-टेस्टिंग
- (c) ASCI

8. Answer any *three* of the following :

- (a) Define Integrated Marketing Communication (IMC).
- (b) Define sales promotion.
- (c) Who are internal stakeholders in IMC ?
- (d) What is meant by promotional mix ?
- (e) Online Marketing.

निम्नलिखित में से किन्हीं **तीन** के उत्तर दीजिए :

- (a) एकीकृत विपणन संचार (IMC) को परिभाषित कीजिए।
- (b) सेल्स प्रमोशन को परिभाषित कीजिए।
- (c) IMC में आंतरिक हितधारक कौन हैं ?
- (d) प्रमोशनल मिक्स से क्या अभिप्राय है ?
- (e) ऑनलाइन मार्केटिंग