

(ख) सोशल मीडिया अभियानों की प्रभावशीलता मापने के तरीकों पर चर्चा कीजिए। (10)

3. (क) “सामग्री राजा है, लेकिन संदर्भ रानी है।” सोशल मीडिया शेयरिंग के संदर्भ में इसकी व्याख्या कीजिए। (10)

या

(ख) “सोशल मीडिया नैतिकता” की अवधारणा को समझाइए और यह बताइए कि आज ब्रांडों के लिए यह क्यों महत्वपूर्ण है? (10)

[This question paper contains 4 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 4704 L

Unique Paper Code : 2416000005

Name of the Paper : SOCIAL MEDIA
MARKETING

Name of the Course : COMMON PROG GROUP
(SEC) UGCF

Semester : II/IV/VI

Duration : 1 Hour

Maximum Marks : 30

समय : 1 घण्टा

पूर्णांक : 30

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. This question paper contains 3 questions.
3. All questions are compulsory.
4. The marks for each question are mentioned against it.
5. Internal choice is provided in each question. Attempt only **one** option in each.
6. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

4704

2

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. इस प्रश्न पत्र में 3 प्रश्न हैं।
3. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
4. प्रत्येक प्रश्न के अंक उसके सामने दिए गए हैं।
5. प्रत्येक प्रश्न में आंतरिक विकल्प दिया गया है। प्रत्येक प्रश्न में केवल एक विकल्प का उत्तर दें।
6. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) What is Social Media Marketing? Explain its scope and benefits. (10)

OR

- (b) "Marketing on social media is a conversation, not a broadcast." Discuss the implications for brand managers. (10)
2. (a) Explain key performance indicators such as conversion rate, amplification rate, and applause rate. (10)

4704

3

OR

- (b) Discuss methods of measuring effectiveness of social media campaigns. (10)
3. (a) "Content is king, but context is queen." Explain this in relation to social media sharing. (10)

OR

- (b) Explain the concept of "Social Media Ethics" and why it is critical for brands today? (10)
1. (क) सोशल मीडिया मार्केटिंग क्या है? इसके दायरे और लाभों की व्याख्या कीजिए। (10)

या

- (ख) "सोशल मीडिया पर मार्केटिंग एक संवाद है, प्रसारण नहीं।" ब्रांड प्रबंधकों के लिए इसके निहितार्थों पर चर्चा कीजिए। (10)
2. (क) रूपांतरण दर, प्रवर्धन दर और प्रशंसा दर जैसे प्रमुख प्रदर्शन संकेतकों की व्याख्या कीजिए। (10)

या