

his question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

No. of Question Paper : 7823

HC

Unique Paper Code : 22413303

Name of the Paper : E-Marketing

Name of the Course : B.Com. (H) Skill Enhancement Course

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.

Attempt **all** questions. All parts of a question must be attempted together.

Answers should be brief and supported with examples, wherever applicable.

Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

उत्तरों के लिए निर्देश

इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए ।

सभी प्रश्न कीजिए । प्रश्न के सभी भागों को एक साथ कीजिए ।

अपने प्रश्नों का उत्तर संक्षिप्त एवं जहाँ आवश्यक हो उदाहरण के साथ दीजिए ।

इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

P.T.O.

1. (a) Define marketing concept. How is it different from selling concept?
- (b) What kind of positioning strategies can be used by e-marketer? Briefly explain.

OR

- (a) Explain the various levels of segmentation.
- (b) Distinguish between e-marketing and traditional marketing. (8)
- (क) विपणन संकल्पना की परिभाषा दीजिए। विक्रय संकल्पना से यह कि प्रकार भिन्न है ?
- (ख) ई-विपणन द्वारा किस प्रकार की स्थितिपरक रणनीतियों का प्रयोग कि जा सकता है ? संक्षेप में समझाइए।

अथवा

- (क) खंडीकरण के विभिन्न स्तरों की व्याख्या कीजिए।
 - (ख) ई-विपणन और परंपरागत विपणन में अंतर बताइए।
2. (a) Take a product of your choice and evaluate how the internet has affected its marketing mix in the present times.

- (b) Name the types of blogs and highlight the role played by them.

OR

- (a) What stages of buying process would an e-customer engage in for owning the latest version of a branded mobile phone?

- (b) Distinguish between online PR and offline PR. (8,7)

- (क) अपनी पसंद के उत्पाद को लीजिए और मूल्यांकित कीजिए कि किस प्रकार इन्टरनेट ने वर्तमान में इसके विपणन मिश्र को प्रभावित किया है ?

- (ख) ब्लॉगों की किस्में बताइए और उनके द्वारा दिए जाने वाले योग को स्पष्ट कीजिए ।

अथवा

- (क) ब्रांडेड मोबाइल फोन की अद्यतन किस्म को लेने के लिए ई-ग्राहक को क्रय प्रक्रिया की किन अवस्थाओं पर ध्यान देना होगा ?

- (ख) ऑनलाइन PR और ऑफलाइन PR में अंतर बताइए ।

Write short notes on the following (Attempt any Three)

- (a) E-customers

P.T.O.

(b) Online communities

(c) Direct marketing

(d) Tracking ROI for PPC-marketing

(5×3=

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) ई-ग्राहक

(ख) ऑनलाइन समुदाय

(ग) प्रत्यक्ष विपणन

(घ) ROI और PPC विपणन को समझाइए ।

4. (a) Outline the steps involved in designing a website.
- (b) According to you, which of the two is more effect for marketing: Facebook or Whats App? Why?

OR

- (a) Discuss about the various tools and techniques of vid marketing.
- (b) State the issues and challenges involved in e-ma marketing.

(8,

823

- (क) वेबसाइट को डिज़ाइन करने से संबंधित चरणों का उल्लेख कीजिए।
- (ख) आपके अनुसार विपणन के लिए दोनों में से कौनसा अधिक प्रभावपूर्ण होगा : फेसबुक अथवा वाट्सअप। क्यों ?

अथवा

- (क) विडियो विपणन के विभिन्न उपकरणों और तकनीकों की विवेचना कीजिए।
- (ख) ई-मेल विपणन से संबंधित मुद्दों और चुनौतियों का उल्लेख कीजिए।

(a) Distinguish each of the following :

- (i) B2C transactions and C2C transactions
- (ii) Segmenting, targeting, and positioning
- (iii) Online communities and Social networks
- (iv) Market place and market space

(b) State the reasons for using digital technology and its benefits to the marketers? (8,7)

OR

Case Study: Flipkart.com

Flipkart is an Indian e-commerce company headquartered in Bangalore, Karnataka. It was founded by Sachin Bansal

P.T.O.

and Binny Bansal in 2007, both alumni of IIT, Delhi, worked for *amazon.com* before quitting and founding their own company. Initially it was funded by both Bansal and Binny themselves with Rs 4 Lakhs. In its initial years, it focused on online sale of books only, but later it expanded its portfolio to include electronic goods and a variety of other products. Moreover, it offers multiple payment methods including credit card, debit card, net banking, e-gift voucher, and Cash Swipe on delivery. Today, Flipkart is among the top 20 Indian e-tailers. The company came up with an innovative idea of delivering its products in 2 days time with interest to be paid in case of any delay therein. A 30 days return policy was also introduced to ensure that the delivered product is not faulty. The company made browsing easy and user-friendly by comparing different product prices on the same webpage. The company offers various real-time discounts, refunds, quantity deals, full finance@. Visualising an increasing potential in the Indian market, the company aspires to become a leader in the online market.

- (i) Do you think Flipkart should change its promotional strategy in order to become world class leader in the online market? Justify your answer.
- (ii) Devise an effective promotion-mix for the company.
- (iii) In which other Ps of marketing mix may Flipkart require improvement?

(iv) Name any other three e-tailers who compete with Flipkart in the Indian market. (4,4,4,3)

(क) निम्नलिखित में से प्रत्येक में अंतर बताइए :

(i) B2C लेनदेन और C2C लेनदेन

(ii) खंडीकरण, लक्ष्य निर्धारण और स्थिति निर्धारण

(iii) ऑनलाइन समुदाय और सामाजिक नेटवर्क्स

(iv) मार्केट प्लेस और मार्केट स्पेस

(ख) डिजिटल प्रौद्योगिकी का प्रयोग करने और विपणनकर्ताओं को इसके लाभों के कारण बताइए।

अथवा

केस अध्ययन : फ्लिपकार्ट.कॉम

फ्लिपकार्ट एक भारतीय ई-कॉमर्स कंपनी है जिसका मुख्यालय कर्नाटक के बंगलोर में है। इसकी आधारशिला सचिन बंसल और बिन्नी बंसल ने 2007 में रखी थी। ये दोनों आई. आई. टी. दिल्ली के पढ़े हुए हैं। दोनों ने आमेजॉन.कॉम में काम किया था जिसे छोड़ने के बाद इन्होंने अपनी स्वयं की कंपनी शुरू की। आरंभ में इसे उन्होंने 4 लाख रु. देकर शुरू किया था। आरंभिक वर्षों में इस कंपनी ने केवल पुस्तकों की ऑनलाइन बिक्री पर ध्यान केंद्रित किया; परंतु आगे चलकर इसने अपने व्यापार की वस्तुओं में इलैक्ट्रॉनिक सामानों और विभिन्न प्रकार के अन्य उत्पादों को शामिल कर लिया। तथापि यह क्रेडिट

P.T.O.

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr.No. of Question Paper : 1868-C GC-3 Your Roll No.....

Unique Paper Code : 22413303

Name of the Paper : E-Marketing

Name of the Course : B.Com (H) CBCS

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. The question paper consists of 5 questions, each with an internal choice.
3. Each questions carries 15 marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

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 पाँच प्रश्न आन्तरिक पसंद के साथ हैं।
3. प्रत्येक प्रश्नों के 15 अंक हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) Discuss nature and scope of marketing in business. (7.5)

(b) Outline the differences between segmentation, targeting and positioning. (7.5)

(क) व्यापार में विपणन (मार्केटिंग) की प्रकृति एवं कार्यक्षेत्र की चर्चा कीजिए।

(ख) विभाजन (सेगमेंटेशन), लक्ष्यीकरण (टारगेटिंग) और स्थान निर्धारण (पोजिशनिंग) के बीच अंतर की रूपरेखा प्रस्तुत कीजिए।

P.T.O.

OR

- (c) Discuss the different bases of market segmentation in conventional marketing. (7.5)
- (ग) पारंपरिक विपणन में बाजार विभाजन के विभिन्न आधारों की चर्चा कीजिए।
2. (a) Discuss the concept, nature and scope of e-marketing. State drivers for growth and need of e-marketing in the current scenario. (7.5)
- (b) What are the challenges and opportunities faced by an e-marketer in India? Explain with the help of SWOT analysis. (7.5)
- (क) ई-मार्केटिंग की अवधारणा, प्रकृति एवं कार्यक्षेत्र की चर्चा कीजिए। वर्तमान परिदृश्य में विकास संचालकों एवं ई-मार्केटिंग की आवश्यकता व्यक्त कीजिए।
- (ख) भारत में ई-विक्रेता द्वारा सामना की जाने वाली चुनौतियाँ एवं अवसर क्या हैं? SWOT विश्लेषण की सहायता से व्याख्या कीजिए।

OR

- (c) Discuss the issues and challenges faced by the e-marketers in the India context. (7.5)
- (d) What is the difference between e-marketing and traditional marketing? (7.5)
- (ग) भारत के संदर्भ में, ई-विक्रेता द्वारा सामना किए जाने वाले मुद्दों एवं चुनौतियों की चर्चा कीजिए।
- (घ) ई-मार्केटिंग (इलेक्ट्रॉनिक विपणन) और पारंपरिक विपणन के बीच क्या अंतर है?
3. (a) What do you mean by e-marketing mix? Explain with the help of suitable examples. (7.5)
- (b) What is E-CRM? How does it differ from traditional CRM? Explain benefits and limitations of E-CRM. (7.5)
- (क) ई-मार्केटिंग मिक्स (इलेक्ट्रॉनिक विपणन मिश्र) से आप क्या समझते हैं? उपयुक्त उदाहरणों सहित व्याख्या कीजिए।

- (ख) ई-सी.आर.एम. (इलेक्ट्रॉनिक ग्राहक संबंध प्रबंधन) क्या है? यह पारंपरिक सी.आर.एम. (ग्राहक संबंध प्रबंधन) से किस प्रकार भिन्न है? ई-सी.आर.एम. के लाभ एवं सीमाओं की व्याख्या कीजिए।

OR

- (c) Discuss types of communities and social networks and highlight the differences between the two. (7.5)
- (d) Suppose you want to purchase a branded mobile phone online. Briefly explain your buying process in this situation and what drives you to make this purchase? (7.5)
- (ग) संचार एवं सोशल नेटवर्क के प्रकारों की चर्चा कीजिए एवं दोनों के बीच अंतर उजागर कीजिए।
- (घ) मान लीजिए कि आप एक ब्राडेड मोबाइल फोन ऑनलाइन खरीदना चाहते हैं। इस परिस्थिति में अपनी खरीद प्रक्रिया की संक्षेप में व्याख्या कीजिए एवं बताइए कि यह खरीद करने के लिए आपको प्रेरित करने वाला कारक क्या है?
4. (a) What are the key consideration that an e-marketer should keep in mind while designing the website? (7.5)
- (b) What are the issues faced by marketers while moving from an offline business to online business? (7.5)
- (क) वेबसाइट की रूपरेखा बनाते समय किसी ई-विक्रेता को किन महत्वपूर्ण बातों पर ध्यान देना चाहिए?
- (ख) ऑफ़लाइन व्यापार से ऑनलाइन व्यापार अपनाने के क्रम में विक्रेताओं द्वारा सामना किए जाने वाले मुद्दे क्या हैं?

OR

- (c) Write short notes on the following:
- (i) Internet marketing vs. e-marketing (5)
- (ii) Domain name branding (URL) (5)
- (iii) Process of Search Engine Optimisation (SEO) (5)

P.T.O.

(ग) निम्नलिखित पर लघु टिप्पणियाँ लिखिए:

(i) इंटरनेट मार्केटिंग बनाम ई-मार्केटिंग

(ii) डोमेन नेम ब्रांडिंग (URL)

(iii) सर्च इंजन ऑप्टिमाइज़ेशन (SEO) की प्रक्रिया

5. (a) What is the role of "Social Media" in e-marketing? Comment on merits and demerits of any two social media of your choice. (7.5)

(b) 'Online promotion must be intergrated with offline promotion.' Discuss. (7.5)

(क) ई-मार्केटिंग में "सोशल मीडिया" की क्या भूमिका है? अपनी पसंद के किन्हीं दो सोशल मीडिया के गुण एवं अवगुणों पर टिप्पणी कीजिए।

(ख) ऑनलाइन संवर्धन (Online promotion) अनिवार्य रूप से ऑफ़लाइन संवर्धन (offline promotion) से एकीकृत होना चाहिए। चर्चा कीजिए।

OR

(c) Write short notes on the following: (7.5)

(i) Issues in E-mail Marketing. (7.5)

(ii) Tracking of Return on Investments in PPC marketing.

(ग) निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:

(i) ई-मेल मार्केटिंग के मुद्दे।

(ii) पे-पर-क्लिक (PPC) मार्केटिंग पर किए गए निवेशों के प्रतिफल की ट्रैकिंग करना।