

question paper contains 7 printed pages]

Roll No.

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

No. of Question Paper : 7010

Question Paper Code : 22413303

J

Subject of the Paper : E-Marketing

Level of the Course : B.Com. (H) : SEC

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

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

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

ध्यान : इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

Attempt *All* questions.

All parts of a question must be attempted together.

Answers should be brief and supported with examples,

wherever applicable.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

प्रश्न के सभी भाग एक साथ कीजिये।

उत्तर उपयुक्त हो, उत्तर संक्षिप्त तथा उदाहरण सहित होने चाहिए।

P.T.O.

1. (a) Define marketing. Briefly explain the 4 Ps of marketing.
- (b) Digital transformation has disrupted traditional markets. Do you agree? Give reasons in support of your answer.

(अ) विपणन को परिभाषित कीजिए। विपणन के 4 Ps की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

(ब) डिजिटल परिवर्तन ने पारम्परिक बाजारों को बाधित किया है। क्या आप सहमत हैं? अपने उत्तर के समर्थन में कारण दीजिए।

Or/अथवा

Suggest the most suitable bases and sub-basis of segmenting the market for the following products :

- (i) Life Insurance
- (ii) Bicycles
- (iii) Books
- (iv) Cosmetics
- (v) Coffee.

निम्नलिखित उत्पादों के लिए बाजार विखण्डन के सर्वाधिक उपयुक्त आधारों एवं उप-आधार का सुझाव दीजिए :

(i) जीवन बीमा

(ii) साइकिलें

(iii) पुस्तकें

(iv) प्रसाधन सामग्री

(v) कॉफी।

(a) State the major drivers of growth in e-marketing in India.

(b) Distinguish between internet marketing and e-marketing. Discuss the scope of internet marketing in Indian context.

(अ) भारत में ई-मार्केटिंग में वृद्धि के प्रमुख संचालकों को बताइये।

(ब) इन्टरनेट मार्केटिंग एवं ई-मार्केटिंग में विभेद कीजिए। भारतीय संदर्भ में इन्टरनेट मार्केटिंग के क्षेत्र की विवेचना कीजिए।

Or/अथवा

(a) You are the e-marketing manager of a company. Devise a suitable direct marketing plan to sell designer bags to high-end customers.

(b) Define Social media. Discuss any *three* techniques of social media marketing.

8,7

P.T.O.

(अ) आप एक कम्पनी के ई-मार्केटिंग प्रबंधक हैं। ग्राहकों को डिजायनर बैग बेचने के लिए एक प्रत्यक्ष विपणन योजना तैयार कीजिए।

(ब) सोशल मीडिया को परिभाषित कीजिए। सोशल मार्केटिंग की किन्हीं तीन तकनीकों की विवेचना करें।

3. Write short notes on the following (Attempt any three)

(a) Blogs

(b) Search Engine optimisation

(c) Scope of marketing

(d) Types of Online Communities.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।

(अ) ब्लॉग

(ब) सर्च इंजन अनुकूलन

(स) विपणन का दायरा (क्षेत्र)

(द) ऑनलाइन समुदायों के प्रकार।

4. (a) What is domain name branding ? Explain its benefits to the e-marketer.

(b) Outline the stages involved in the buying process of a new customer in an e-environment.

- (अ) डोमेन नाम ब्रांडिंग क्या है ? ई-मार्केटर को इसके लाभ बताइये।
- (ब) ई-परिवेश में एक नये ग्राहक की खरीद प्रक्रिया में शामिल चरणों को रेखांकित कीजिए।

Or/अथवा

- (a) Discuss the issues and challenges of e-mail marketing.
- (b) What are the key considerations of designing a website ?

8,7

- (अ) ई-मेल मार्केटिंग के मुद्दों और चुनौतियों की विवेचना कीजिए।
- (ब) एक वेबसाइट डिजाइन करने के प्रमुख विचार क्या हैं ?

5. Distinguish the following (Attempt any *three*) : $3 \times 5 = 15$

- (i) Marketing concept and selling concept
- (ii) Internet Advertising and Online PR
- (iii) Internet marketing and traditional marketing communications
- (iv) Differentiated marketing, concentrated marketing, micro

P.T.O.

निम्नलिखित में विभेद कीजिए (कोई तीन) :

- (i) विपणन अवधारणा एवं बिक्री अवधारणा
- (ii) इन्टरनेट विज्ञापन एवं ऑनलाइन PR
- (iii) इन्टरनेट विपणन एवं पारम्परिक विपणन संचार
- (iv) विभेदित विपणन, केन्द्रित विपणन, सूक्ष्म

Or/अथवा

Case : Cupcakes-Online Marketing

Tanu and Manu have just completed their management degree from a reputed institution. Both of them wish to start a business of fresh bakery items including cupcakes in Indian markets. After doing research in this particular product line, they decide to venture into the business of healthy cakes and cookies. Oats, walnuts, and almonds in cakes are known to be excellent alternative ingredients for the health conscious people. Tanu and Manu aim to sell these healthy cupcakes worldwide.

Questions :

- (1) What bases of segmentation would you advise them for launching these cupcakes.
- (2) Suggest them the most suitable positioning strategies for launching these cupcakes.
- (3) Advise Tanu and Manu on how to plan their e-marketing mix.

5+5+5