

2/12/16 (M)

Friday

[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 ब्रांडेड 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)

(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 ऑफलाइन 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।