

4667

4

(ख) "मापन एसएमएम की रीढ़ है।" चर्चा कीजिए कि मेट्रिक्स भविष्य की रणनीतियों को अनुकूलित करने में कैसे मदद करते हैं।

(10)

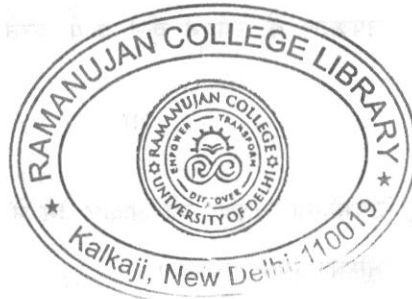
3. (क) फेसबुक, लिंकडइन और यूट्यूब के लिए आवश्यक सामग्री रणनीतियों की तुलना कीजिए।

(10)

या

(ख) सोशल मीडिया मार्केटिंग में ब्रांड स्टोरी पर चर्चा कीजिए।

(10)



(4000)

[This question paper contains 4 printed pages.]

26/5/26 (EVE)
Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 4667 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.

P.T.O.

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) Discuss how social media platforms act as effective tools for Public Relations. (10)

OR

- (b) Explain the role of influencers in shaping consumer behaviour. (10)
2. (a) Explain the process of identifying target markets in SMM. (10)

OR

- (b) "Measurement is the backbone of SMM." Discuss how metrics help in optimizing future strategies. (10)
3. (a) Compare the content strategies required for Facebook, LinkedIn, and YouTube. (10)

OR

- (b) Discuss brand story in social media marketing. (10)

1. (क) चर्चा कीजिए कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जनसंपर्क के प्रभावी उपकरण के रूप में कैसे कार्य करते हैं। (10)

या

- (ख) उपभोक्ता व्यवहार को आकार देने में प्रभावशाली व्यक्तियों की भूमिका स्पष्ट कीजिए। (10)

2. (क) एसएमएम में लक्षित बाजारों की पहचान करने की प्रक्रिया स्पष्ट कीजिए। (10)

या