

Roll No.

(406)

8724

Printed Pages—4]

2MA(MMC)2

Master of Arts (MMC) (Second Semester)

Examination, May/June 2019

DIGITAL MEDIA

अवधि/Duration : 3 घंटे/Hours]

[पूर्णांक/Max. Marks : 80

[न्यूनतम उत्तीर्णांक/Min. Pass Marks : 32

निर्देश :

1. प्रश्न-पत्र पाँच इकाइयों में विभाजित है । प्रत्येक इकाई में आन्तरिक विकल्प दिया गया है ।
2. प्रत्येक इकाई से **एक** प्रश्न का उत्तर दीजिए । इस प्रकार कुल **पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
3. **सभी** प्रश्नों के लिए समान अंक नियत हैं ।
4. जहाँ आवश्यकता हो वहाँ उपयुक्त डाटा माना जा सकता है ।
5. अनुवाद में विसंगति होने पर अंग्रेजी स्वरूप को सही माना जाए ।
6. प्रश्न-पत्र में परीक्षार्थी निर्धारित स्थान पर अपना रोल नम्बर अंकित करें ।

Instructions :

1. The Question Paper is divided in five Units. Each unit carries an internal choice.
2. Attempt *one* question from each Unit. Thus attempt *five* questions in all.
3. *All* questions carry equal marks.
4. Assume suitable data wherever necessary.
5. English version should be deemed to be correct in case of any anomaly in translation.
6. Candidate should write his/her Roll Number at the prescribed space on the question paper.

P.T.O.

इकाई I/(Unit I)

1. खरीद, बिक्री, सेवा तथा भुगतान के संदर्भ में कैसे डिजिटल मार्केटिंग वातावरण, नॉन-डिजिटल मार्केटिंग से बेहतर है ?

How Digital Marketing environment is better than non-Digital Marketing environment in terms of Purchase, Sales, Services and Payment.

अथवा/(Or)

2. ऑनलाइन तथा ऑफलाइन कन्स्यूमर के व्यवहार में क्या अंतर है, तुलना करें। वेबसाइट में कलर, टेक्स्ट, इमेज का उपयोग कैसे हो जिससे उपभोक्ता को आकर्षित किया जा सके।

Compare Online Consumer Behaviour and Offline Consumer Behaviour. What is the role of colors, text and image used in websites in persuading an online consumer.

इकाई II/(Unit II)

3. निम्न पर टिप्पणी लिखिए :

(अ) ई-कॉमर्स तथा एम-कॉमर्स का इन्टीग्रेशन

(ब) ई-मेल तथा सोशल मीडिया की तुलना।

Write notes on :

(i) Integration of E-commerce and M-commerce

(ii) E-mail Vs. Social Media.

अथवा/(Or)

4. डिजिटल कंटेंट मैनेजमेंट को परिभाषित करें। डिजिटल कंटेंट को किसी अकादमिक संस्थान (उदाहरण आपके कॉलेज या विश्वविद्यालय) के लिये दक्षता से कैसे उपयोग किया जा सकता है ?

Define Digital Content Management. Discuss how the Digital content can be effectively managed for an academic institution, say, for your University/ College.

इकाई III/(Unit III)

5. “आपके प्रोडक्ट के बारे में उपभोक्ता को बताने के लिये सोशल मीडिया एक टूल है।” अपने उत्तर को सिद्ध करें जब सोशल मीडिया को मार्केटिंग में उपयोग किया जा रहा हो।

“Social Media is a tool used to inform consumers about your products.” Justify your answer, with the role Social Media has to play in marketing and how it is achieved.

अथवा/(Or)

6. सोशल मीडिया में कस्टमर नेटवर्किंग तथा संबंध को बतायें।

Explain customer networking and relationship in social media.

इकाई IV/(Unit IV)

7. डिजिटल मार्केटिंग प्रोग्राम की प्लानिंग, क्रियान्वयन तथा प्रबंधन की क्या सर्वोत्तम उपयोग विधियाँ हैं ?

What are the best practices for planning, implementing and managing digital marketing programs ?

अथवा/(Or)

8. टिप्पणी लिखें :

- (i) आरओआई
- (ii) फीडबैक मेकेनिज्म तथा इन्हें मापने की मीट्रिक्स।

Write notes on :

- (i) ROI
- (ii) Feedback mechanisms and the metrics used to measure it.

इकाई V/(Unit V)

9. तुलना करें :

- (i) डिजिटल मार्केटिंग तथा पारंपरिक मार्केटिंग
- (ii) ऑनलाइन पीआर तथा ऑफलाइन पीआर।

Compare :

- (i) Digital Marketing Vs Traditional marketing,
- (ii) Online PR Vs Offline PR.

अथवा/(Or)

10. टिप्पणी लिखें :

- (i) Blogs तथा Google Words का ROI ऑप्टिमाइजेशन में उपयोग
- (ii) कैम्पेन एनालिटिक्स।

Write notes on :

- (i) Using Blogs and Google words for optimizing ROI
- (ii) Campaign Analytics.