



Seat No. _____

HAL-19080002030303

M. Com. (Sem. III) (CBCS) (W.E.F. 2019)

Examination

June - 2023

Marketing : Elective Course-3 (Group-3)

(Integrated marketing Communications) (New Course)

Time : 2:30 Hours / Total Marks : 70

- 1 સંકલિત માર્કેટિંગ કમ્યુનિકેશન્સ પ્રક્રિયામાં ભાગ લેનારા સહભાગીઓને ઓળખી તેમની ભૂમિકા અને જવાબદારીઓ વિશે ટૂંકમાં ચર્ચા કરો. સાથે જ સંકલિત માર્કેટિંગ કમ્યુનિકેશન મિક્સના ઘટકો પણ ટૂંકમાં સમજાવો. **20**
- અથવા**
- 1 (A) જાહેરાત એજન્સીઓ શું છે? જાહેરાત એજન્સીઓના કાર્યો અને વિવિધ પ્રકારોની સંક્ષિપ્તમાં ચર્ચા કરો. **10**
- (B) ઈન્ટિગ્રેટેડ માર્કેટિંગ કોમ્યુનિકેશન્સ પ્રક્રિયા ટૂંકમાં સમજાવો. **10**
- 2 સંકલિત માર્કેટિંગ સંચાર પ્રક્રિયામાં સ્રોત પરિબળો, મેસેજ પરિબળો અને ચેનલ પરિબળોની ભૂમિકા વિગતવાર સમજાવો. **20**
- અથવા**
- 2 (A) કોમ્યુનિકેશન મૂળભુત મોડલ અને પ્રતિભાવના વંશવેલોનો AIDA મોડલ સંક્ષિપ્તમાં સમજાવો. **10**
- (B) IMC બજેટ સેટ કરવાની વિવિધ પદ્ધતિઓ સમજાવો. **10**
- 3 જાહેરાત અપીલોને વ્યાખ્યાયિત કરો અને દરેકના ઉદાહરણો સાથે જાહેરાત અપીલના વિવિધ પ્રકારોની ચર્ચા કરો. **15**
- અથવા**
- 3 IMC મીડિયા પ્લાન વિકસાવવાની પ્રક્રિયા સમજાવો. **15**
- 4 IMC સપોર્ટ મીડિયાની ટૂંકમાં ચર્ચા કરો. **15**
- અથવા**
- 4 વેચાણ પ્રમોશનને વ્યાખ્યાયિત કરો અને તેની લાક્ષણિકતાઓ અને પ્રકારો વિગતવાર સમજાવો. **15**

ENGLISH VERSION

- 1** Identify the Participants in the integrated marketing communication process and briefly discuss their roles and responsibilities. Also explain the components of the Integrated Marketing Communication Mix in brief. **20**

OR

- 1** (A) What are Advertising Agencies? Briefly discuss their functions and various types of Ad Agencies. **10**
- (B) Briefly explain the IMC Process. **10**

- 2** Explain in detail the role of Source Factors., Message Factors and Channel Factors in the Integrated Marketing Communication Process. **20**

OR

- 2** (A) Explain the Basic Model of Communication and the AIDA Model of Response Hierarchy in brief. **10**
- (B) Explain various methods of setting IMC Budget. **10**

- 3** Define Advertising appeals and discuss various types of Ad Appeals with example of each. **15**

OR

- 3** Explain the process of developing the IMC Media Plan. **15**

- 4** Discuss the IMC Support Media in brief. **15**

OR

- 4** Define Sales promotion and explain its features and types in detail. **15**
