

2026

MARKETING COMMUNICATION (M4) — MDC

Paper : MN-6

Full Marks : 75

*Candidates are required to give their answers in their own words
as far as practicable.*

প্রাপ্তলিখিত সংখ্যাগুলি পূর্ণমান নির্দেশক।

বিভাগ - ক

১। যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

২×৫

- (ক) 'বিপণন যোগাযোগ' বলতে কী বোঝো?
- (খ) 'বিজ্ঞাপনী আবেদন' বলতে কী বোঝো?
- (গ) দূরদর্শনে প্রদর্শিত বিজ্ঞাপনের দুটি বৈশিষ্ট্য লেখো।
- (ঘ) 'ডিজিটাল বিপণনের' সংজ্ঞা দাও।
- (ঙ) 'বিক্রয় প্রচার'-এর সংজ্ঞা দাও।
- (চ) 'বিজ্ঞাপন সংস্থা' বলতে কী বোঝো?
- (ছ) বিজ্ঞাপন বাজেটের দুটি গুরুত্ব লেখো।
- (জ) বিক্রয় প্রচার কৌশলে 'মূল্য ছাড় প্রিমিয়াম পরিকল্পনা' বলতে কী বোঝো?

বিভাগ - খ

২। যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৫×৫

- (ক) বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্যগুলি আলোচনা করো।
- (খ) বিপণন যোগাযোগের প্রতিবন্ধকতাগুলি সংক্ষেপে বর্ণনা করো।
- (গ) 'বিক্রয় প্রচার'-এর সীমাবদ্ধতাগুলি উল্লেখ করো।
- (ঘ) বিজ্ঞাপনের আইনি এবং নৈতিক দিকগুলি ব্যাখ্যা করো।
- (ঙ) সংক্ষিপ্ত টীকা লেখো : কপিরাইটিং।
- (চ) পরিসেবা বিপণনে যোগাযোগের কৌশলগুলি লেখো।
- (ছ) বিজ্ঞাপন সংস্থা এবং বিজ্ঞাপন বিভাগের মধ্যে পার্থক্য লেখো।
- (জ) বিজ্ঞাপনে মিডিয়া পরিকল্পনার ভূমিকা বিবৃত করো।

Please Turn Over

(5920)

বিভাগ - গ

যে-কোনো চারটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

- | | |
|--|-----|
| ৩। 'বিপণন যোগাযোগ' প্রক্রিয়ার ধাপগুলি আলোচনা করো। | ১০ |
| ৪। বিপণন যোগাযোগে AIDA মডেলটির সমালোচনাসহ আলোচনা করো। | ১০ |
| ৫। একটি বিজ্ঞাপন সংস্থার কাজগুলি আলোচনা করো। | ১০ |
| ৬। বিভিন্ন প্রকারের বিজ্ঞাপনগুলি বর্ণনা করো। | ১০ |
| ৭। 'যোগাযোগ মিশ্রণ'-এর বিভিন্ন উপাদানগুলি ব্যাখ্যা করো। | ১০ |
| ৮। বিক্রয় প্রচার কৌশলে নমুনা বিতরণ বলতে কী বোঝো? বিক্রয় প্রচারে নমুনা বিতরণের সুবিধাগুলি আলোচনা করো। | ২+৮ |

[English Version]

The figures in the margin indicate full marks.

Group - A

1. Answer *any five* questions : 2×5
- (a) What do you mean by 'Marketing Communication'?
 - (b) What do you mean by 'Advertising appeal'?
 - (c) State any two features of 'Television Advertisement'.
 - (d) Define 'Digital Marketing'.
 - (e) Define 'Sales Promotion'.
 - (f) What do you mean by 'Advertising Agency'?
 - (g) Write two importances of advertising budget.
 - (h) What do you mean by 'Price-off premium plan' in Sales Promotion Technique?

Group - B

2. Answer *any five* questions : 5×5
- (a) Discuss the objectives of advertising.
 - (b) Briefly describe the barriers to marketing communication.
 - (c) Mention the limitations of 'Sales Promotion'.
 - (d) Explain the legal and ethical aspects of advertising.
 - (e) Write a short note on copywriting.
 - (f) Write down the strategies of communication in Service marketing.

(3)

E(6th Sm.)-Marketing Communication (M4)-
MDC/MN-6/CCF

- (g) Distinguish between Advertising Agency and Advertising Department.
- (h) State the role of Media Planning in Advertising.

Group - C

Answer *any four* questions.

- 3. Discuss the steps involved in the process of 'Marketing Communication'. 10
 - 4. Critically discuss the AIDA model in Marketing Communication. 10
 - 5. Discuss the functions of an Advertising Agency. 10
 - 6. Describe the various types of Advertisement. 10
 - 7. Explain the different elements of 'Communication Mix'. 10
 - 8. What do you mean by sample distribution in the technique of Sales Promotion? Discuss the advantages of sample distribution in Sales Promotion. 2+8
-