

1129

B.A./B.Sc. (General) First Semester
Advertising, Sales Promotion and Sales Management
Paper - I: Marketing Communication
(In all mediums)

Time allowed: 3 Hours

Max. Marks: 100

NOTE: Attempt five questions in all, including Question No. 1 which is compulsory and selecting two questions from each Unit.

x-x-x

I. Attempt any four of the following:-

- a) Communication process elements.
- b) Stages in marketing concepts
- c) Bases of market segmentation
- d) Differentiate between channel of distribution and physical distribution
- e) Marketing myopia
- f) Elements of packaging

(4x5)

UNIT - I

- II. Explain various types of communication done along with their relative importance and limitations. (20)
- III. Explain various stages of product life cycle and their impact on marketing mix decisions. (20)
- IV. Explain any one of the promotion mix methods in detail and justify its importance. (20)
- V. Why branding and packaging decision are vital to company success? Explain any one of the them in depthly. (20)

UNIT - II

- VI. What influences various market segmentation bases decision? Also discuss how marketer develop a segmentation strategy with the help of product of your choice. (20)
- VII. What factors influence the type of channel decisions among direct and indirect marketing channels? Explain the current trends in both of them. (20)
- VIII. What are various product positioning strategies and why repositioning it from time to time is important? Discuss. (20)
- IX. Why the marketing research is utmost vital for any business? Also describe the entire marketing research process. (20)

x-x-x

(Hindi and Punjabi versions enclosed)

P.T.O.

(2)

ਨੋਟ: ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਸੰਖਿਆ 1 ਜੋ ਕਿ ਅਨਿਵਾਰਯ ਹੈ ਤਥਾ ਭਾਗ (1-2) ਮੇਂ ਸੇ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਾ ਚਧਨ ਕਰਤੇ ਹੁਏ, ਕੁਲ ਪਾੱਚ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

- *_*_* -

1. ਨਿਮਨਲਿਖਿਤ ਮੇਂ ਸੇ ਕਿਨ੍ਹੀ ਚਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨੋਂ ਕਾ ਉਤਰ ਦੇ:-
 - (ਕ) ਸੰਚਾਰ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਯਾ ਕੇ ਤਤ੍ਵ।
 - (ਖ) ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਵਧਾਰਣਾਓਂ ਕੀ ਅਵਸਥਾਏਂ।
 - (ਗ) ਵਿਪਯਨ ਵਿਭਾਜਨ ਕੇ ਆਧਾਰ।
 - (ਘ) ਭੌਤਿਕ ਵਿਭਾਜਨ ਔਰ ਵਿਰਯਨ ਚੈਨਲ ਮੇਂ ਅੰਤਰ।
 - (ਙ) ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨਿਕਟ-ਦ੍ਰਿਸ਼ਟਤਾ।
 - (ਚ) ਸ਼੍ਰੇਣਨ (ਪੈਕੇਜਿੰਗ) ਕੇ ਤਤ੍ਵ।

ਭਾਗ-1

2. ਸੰਚਾਰ ਕੇ ਵਿਭਿਨ ਪ੍ਰਕਾਰੋਂ ਕੀ ਉਨਕੇ ਸਾਪੇਖ ਮਹਤ੍ਵ ਔਰ ਸੀਮਾਓਂ ਕੇ ਸਾਥ ਵ੍ਯਾਖ੍ਯਾ ਕੀਜਿਏ।
3. ਉਤਪਾਦ ਜੀਵਨ-ਚਕ੍ਰ ਕੀ ਵਿਭਿਨ ਅਵਸਥਾਓਂ ਕਾ ਵਰਨਨ ਕੀਜਿਏ ਔਰ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਿਸ਼ਰਿਤ ਫੈਸਲੋਂ ਪਰ ਉਨਕੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਬਤਾਓ।
4. ਮਿਸ਼ਰਿਤ ਉਨਤ ਵਿਧਿਓਂ ਮੇਂ ਸੇ ਕਿਸੀ ਏਕ ਕੀ ਵਿਸ਼੍ਰੁਤ ਵ੍ਯਾਖ੍ਯਾ ਕੀਜਿਏ ਔਰ ਉਸਕੇ ਮਹਤ੍ਵ ਕਾ ਔਚਿਤ੍ਯ ਬਤਾਓ।
5. ਕੰਪਨੀ ਕੀ ਸਫਲਤਾ ਕੇ ਲਿਏ ਬਾਡਿੰਗ ਔਰ ਪੈਕੇਜਿੰਗ ਨਿਰਯ ਕ੍ਯੋਂ ਮਹਤ੍ਵਪੂਰਨ ਹੈ? ਕਿਸੀ ਏਕ ਵਿਸ਼ਯ ਕਾ ਗੰਭੀਰਤਾ ਸੇ ਵਰਨਨ ਕੀਜਿਏ।

ਭਾਗ-2

6. ਵਿਭਿਨ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿਭਾਜਨ ਆਧਾਰਿਤ ਨਿਰਯੋਂ ਕੋ ਕੌਨ ਸੇ ਕਾਰਕ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਤੇ ਹੈ? ਆਪਕੀ ਪਸੰਦ ਕੇ ਉਤਪਾਦ ਕੀ ਸਹਾਯਤਾ ਸੇ, ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ ਵਿਭਾਜਨ ਰਣਨੀਤਿ ਕੈਸੇ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਤਾ ਹੈ?
7. ਪ੍ਰਤ੍ਯਕਸ਼ ਔਰ ਅਪ੍ਰਤ੍ਯਕਸ਼ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਚੈਨਲੋਂ ਕੋ, ਚੈਨਲ ਨਿਰਯੋਂ ਕੇ ਪ੍ਰਕਾਰੋਂ ਕੋ, ਕ੍ਯਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਤਾ ਹੈ? ਦੋਨੋਂ ਮੇਂ ਤਤਕਾਲੀਨ ਪ੍ਰਵ੍ਰਤਿਯੋਂ ਕਾ ਵਰਨਨ ਕੀਜਿਏ।
8. ਵਿਭਿਨ ਉਤਪਾਦ ਸਿਥਿਤਿ ਅਵਧਾਰਣਾ ਰਣਨੀਤਿਯਾਂ ਕ੍ਯਾ ਹੈ ਔਰ ਸਮਯ-ਸਮਯ ਪਰ ਉਸੇ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਨੇ ਕੀ ਆਵਸ਼ਯਕਤਾ ਕ੍ਯੋਂ ਹੈ? ਵ੍ਯਾਖ੍ਯਾ ਕੀਜਿਏ।
9. ਕਿਸੀ ਭੀ ਵ੍ਯਾਪਾਰ ਕੇ ਲਿਏ, ਵਿਪਯਨ ਸ਼ੋਧ ਅਤ੍ਯਧਿਕ ਮਹਤ੍ਵਪੂਰਨ ਕ੍ਯੋਂ ਹੈ? ਪੂਰਨ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਸ਼ੋਧ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਯਾ ਕਾ ਭੀ ਵਰਨਨ ਕੀਜਿਏ।

- *_*_* -

(3)

ਨੋਟ: ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਨੰਬਰ 1 ਜੋ ਕਿ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ ਅਤੇ ਹਰੇਕ ਭਾਗ (1-2) ਵਿੱਚੋਂ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਹੋਏ, ਸਾਰਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਪੰਜ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

- *_*_* -

1. ਹੇਠਾਂ ਲਿਖੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ 4 ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਦੇ ਉੱਤਰ ਲਿਖੋ:
 - (ੳ) ਸੰਚਾਰ ਵਿਧੀ ਦੇ ਤੱਤ।
 - (ਅ) ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਵਧਾਰਣਾ ਦੀ ਅਵਸਥਾਵਾਂ।
 - (ੲ) ਮਾਰਕੀਟ ਵੰਡ ਦੇ ਅਧਾਰ।
 - (ਸ) ਭੌਤਿਕ ਵੰਡ ਅਤੇ ਵੰਡ ਚੈਨਲਾਂ ਵਿਚ ਅੰਤਰ।
 - (ਹ) ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਨਿਕਟ-ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਦੋਸ਼।
 - (ਕ) ਪੈਕੇਜਿੰਗ ਦੇ ਤੱਤ।

ਭਾਗ-1

2. ਸੰਚਾਰ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪ੍ਰਕਾਰਾਂ ਦੀ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸਾਪੇਖ ਮਹਤੱਵ ਅਤੇ ਸੀਮਾਵਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
3. ਉਤਪਾਦ ਜੀਵਨ ਚੱਕਰ ਦੀ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਅਵਸਥਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਿਸ਼ਰਤ ਫੈਸਲਿਆਂ ਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦਸੋ।
4. ਮਿਸ਼ਰਤ ਤੌਰਕੀ ਵਿਧੀਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕਿਸੇ ਇਕ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵਿਸਤਾਰ ਨਾਲ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਮਹਤੱਵ ਦੀ ਉਚਤਤਾ ਦਸੋ।
5. ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਬਾਡਿੰਗ ਅਤੇ ਪੈਕੇਜਿੰਗ ਫੈਸਲੇ ਕਿਉਂ ਮਹਤੱਵਪੂਰਨ ਹਨ? ਕਿਸੇ ਇਕ ਵਿਸ਼ਾ ਦੀ ਗੰਭੀਰਤਾ ਨਾਲ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਭਾਗ-2

6. ਵੱਖ-ਵੱਖ ਮਾਰਕੀਟ ਵੰਡ ਅਧਾਰਤ ਫੈਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਕਿਹੜੇ ਕਾਰਕ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੇ ਹਨ? ਤੁਹਾਡੀ ਪੰਜਵੇਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਨਾਲ ਵਿਕ੍ਰੇਤਾ, ਵੰਡ ਰਣਨੀਤੀ ਕਿਵੇਂ ਵਿਕਸਤ ਕਰਦਾ ਹੈ?
7. ਪ੍ਰਤੱਖ ਅਤੇ ਪਰੋਖ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਚੈਨਲਾਂ ਨੂੰ, ਚੈਨਲ ਫੈਸਲਿਆਂ ਦੇ ਪ੍ਰਕਾਰਾਂ ਨੂੰ, ਕੌਣ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦਾ ਹੈ? ਦੋਹਾਂ ਦੀ ਤਤਕਾਲੀਨ ਪਰਵਿਰਤੀਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
8. ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਤਪਾਦ ਸਿਥਤੀ ਅਵਧਾਰਣਾ, ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਕੀ ਹਨ? ਅਤੇ ਸਮਾਂ-ਸਮਾਂ ਸਿਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਕਿਉਂ ਹੈ? ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
9. ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰ ਲਈ, ਮਾਰਕੀਟ ਸ਼ੋਧ ਸਬਤੋਂ ਵੱਧ ਮਹਤੱਵਪੂਰਨ ਕਿਉਂ ਹੈ? ਸ਼ੋਧ ਵਿਧੀ ਦੀ ਵੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

- *_*_* -