

(i) Printed Pages : 4

Roll No.

(ii) Questions : 14

Sub. Code :

0	0	6	6
---	---	---	---

Exam. Code :

0	0	0	1
---	---	---	---

B.A./B.Sc. (General) 1st Semester

(2122)

**ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES
MANAGEMENT (In all Mediums)**

Paper-I : Marketing Communication

Time Allowed : Three Hours]

[Maximum Marks : 100

Note :— Attempt any **FOUR** questions from Section A carrying 5 marks each. Attempt any **TWO** questions from Section B. Each question carries 20 marks. Attempt any **TWO** questions from Section C. Each question carries 20 marks.

SECTION-A

1. Give feature of informal communication.
2. Define marketing Myopia.
3. Give importance of branding.
4. Give importance of promotion in marketing.
5. Write a note on importance of warehousing.
6. Define product positioning.

4×5=20

SECTION-B

7. What do you understand by marketing ? Distinguish between traditional and modern concept of marketing. 20
8. What is product planning ? Discuss its importance. 20

9. What is communication ? Give its process in detail. 20
10. (a) What are various online marketing strategies ? 10
- (b) What are the advantages of internet marketing ? 10

SECTION-C

11. Explain the different methods of Pricing. 20
12. What is segmentation ? What are the bases of segmenting the market and the targeting strategies ? 20
13. Explain in detail the various steps of marketing research process. 20
14. What are the different factors affecting the choice of channel of distribution in marketing ? 20

(हिन्दी माध्यम)

नोट :— भाग क में से चार प्रश्न कीजिए, प्रत्येक प्रश्न के 5 अंक हैं।
भाग ख में से दो प्रश्न करें। प्रत्येक प्रश्न के 20 अंक हैं।
भाग ग में से दो प्रश्न करें। प्रत्येक प्रश्न के 20 अंक हैं।

भाग-क

1. अनौपचारिक संचार की विशेषताएं बताइए।
2. मार्केटिंग मायोपिया को परिभाषित करें।
3. ब्रांडिंग का महत्व बताएं।
4. विपणन में संवर्द्धन का महत्व बताएं।
5. भंडारण के महत्व पर एक नोट लिखिए।
6. उत्पाद की स्थिति को परिभाषित करें। $4 \times 5 = 20$

ਭਾਗ-ਕ

7. ਵਿਪਣਨ ਸੇ ਆਪ ਕਯਾ ਸਮਝਤੇ ਹੈਂ ? ਵਿਪਣਨ ਕੀ ਪਾਰੰਪਰਿਕ ਔਰ ਆਧੁਨਿਕ ਅਵਧਾਰਣਾ ਕੇ ਬੀਚ ਅੰਤਰ ਕਰੇਂ। 20
8. ਉਤਪਾਦ ਯੋਜਨਾ ਕਯਾ ਹੈ ? ਇਸਕੇ ਸਹਤਵ ਕੀ ਵਿਵੇਚਨਾ ਕੀਜ਼ਿਏ। 20
9. ਸੰਚਾਰ ਕਯਾ ਹੈ ? ਇਸਕੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਯਾ ਵਿਸਤਾਰ ਸੇ ਬਤਾਏਂ। 20
10. (a) ਵਿਭਿੰਨ ਔਨਲਾਈਨ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤਿਯਾਂ ਕਯਾ ਹੈਂ ? 10
(b) ਇੰਟਰਨੇਟ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕੇ ਕਯਾ ਫਾਯਦੇ ਹੈਂ ? 10

ਭਾਗ-ਗ

11. ਮੂਲਯ ਨਿਰਧਾਰਣ ਕੀ ਵਿਭਿੰਨ ਵਿਧਿਯੋਂ ਕੀ ਵਯਾਖਯਾ ਕੀਜ਼ਿਏ। 20
12. ਵਿਭਾਜਨ ਕਯਾ ਹੈ ? ਬਾਜ਼ਾਰ ਕੋ ਖੰਡਿਤ ਕਰਨੇ ਔਰ ਲਕ੍ਸ਼ਯੀਕਰਣ ਰਣਨੀਤਿਯੋਂ ਕੇ ਆਧਾਰ ਕਯਾ ਹੈਂ ? 20
13. ਵਿਪਣਨ ਅਨੁਸੰਧਾਨ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਯਾ ਕੇ ਵਿਭਿੰਨ ਚਰਣੋਂ ਕੋ ਵਿਸਤਾਰ ਸੇ ਸਮਝਾਏ। 20
14. ਵਿਪਣਨ ਮੇਂ ਵਿਤਰਣ ਕੇ ਸਾਧਯਮ ਕੇ ਚੁਨਾਵ ਕੋ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨੇ ਵਾਲੇ ਵਿਭਿੰਨ ਕਾਰਕ ਕੌਨਸੇ ਹੈਂ ? 20

(ਪੰਜਾਬੀ ਅਨੁਵਾਦ)

ਨੋਟ :— ਭਾਗ-ੳ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਚਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ, ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 5 ਅੰਕ ਹਨ।
ਭਾਗ-ਅ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ, ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 20 ਅੰਕ ਹਨ।
ਭਾਗ-ੲ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ, ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 20 ਅੰਕ ਹਨ।

ਭਾਗ-ੳ

1. ਗੈਰ-ਰਸਮੀ ਸੰਚਾਰ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦਿਓ।
2. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਾਈਓਪੀਆ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
3. ਬ੍ਰਾਂਡਿੰਗ ਦਾ ਮਹੱਤਵ ਦਿਓ।
4. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਤਰੱਕੀ ਦਾ ਮਹੱਤਵ ਦਿਓ।
5. ਵੇਅਰਹਾਊਸਿੰਗ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ 'ਤੇ ਇੱਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।
6. ਉਤਪਾਦ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।

4×5=20

ਭਾਗ-ਅ

7. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ ? ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਰਵਾਇਤੀ ਅਤੇ ਆਧੁਨਿਕ ਸੰਕਲਪ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰੋ। 20
8. ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਕੀ ਹੈ ? ਇਸਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20
9. ਸੰਚਾਰ ਕੀ ਹੈ ? ਇਸਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਦਿਓ। 20
10. (a) ਵੱਖ-ਵੱਖ ਆਨਲਾਈਨ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਕੀ ਹਨ ? 10
(b) ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਕੀ ਫਾਇਦੇ ਹਨ ? 10

ਭਾਗ-ਬ

11. ਕੀਮਤ ਨਿਰਧਾਰਨ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। 20
12. ਵਿਭਾਜਨ ਕੀ ਹੈ ? ਮਾਰਕੀਟ ਨੂੰ ਵੰਡਣ ਅਤੇ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਉਣ ਦੀਆਂ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਦੇ ਆਧਾਰ ਕੀ ਹਨ ? 20
13. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਖੋਜ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪੜਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਦੱਸੋ। 20
14. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਵੰਡ ਦੇ ਮਾਧਿਅਮ ਦੀ ਚੋਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕ ਕੀ ਹਨ ? 20