

(i) Printed Pages : 4

Roll No.

(ii) Questions : 14

Sub. Code :

0	5	6	1
---	---	---	---

Exam. Code :

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

**B.A./B.Sc. (General) 6th Semester
(2053)**

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

Paper–VI : Sales Promotion and Public Relations–II

Time Allowed : Three Hours]

[Maximum Marks : 100

Note :— (1) Attempt any **four** questions from Section A.

(2) Attempt any **two** questions from Section B & C.

SECTION–A

Note :— Do any **four** from the following questions.

- I. What are the objectives of sales promotion ?
- II. Explain the advantages and disadvantages of sales promotion.
- III. How can exhibitions, premiums and free goods be used as a tool of sales promotion ?
- IV. How can media be used to build public relations ?
- V. Write a note on legal aspects of sales promotion and public relations.
- VI. Similarities between public relations and publicity. 4×5=20

SECTION–B

Note :— Do any **two** questions from the section.

- VII. Define sales promotion and elaborate its role in marketing.
- VIII. Explain the following :
 - (i) Consumer oriented sales promotion.
 - (ii) Trade oriented sales promotion.
 - (iii) Sales force oriented sales promotion.

- IX. Discuss the major tools of sales promotion.
X. Elaborate the process of developing an effective sales promotion program. $2 \times 20 = 40$

SECTION-C

Note :— Do any two questions from the section.

- XI. Discuss the tools of public relations.
XII. Explain the concept of public relations, its significance and its causes of growth in the business world.
XIII. What is the importance of ethics in sales promotion and public relations ?
XIV. What are the emerging trends of public relations in the industry ? $2 \times 20 = 40$

(हिन्दी माध्यम)

- नोट :— (1) खंड क में से किन्हीं चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
(2) खंड ख और खंड ग में से किन्हीं दो प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

खण्ड—क

नोट :— निम्नलिखित प्रश्नों में से कोई चार प्रश्न करें।

- I. बिक्री संवर्धन के उद्देश्य क्या है ?
II. विक्रय संवर्द्धन के लाभ एवं हानियों की व्याख्या कीजिए।
III. प्रदर्शनियों, प्रीमियमों तथा निःशुल्क वस्तुओं को विक्रय संवर्द्धन के साधन के रूप में किस प्रकार प्रयुक्त किया जा सकता है ?
IV. जनसंपर्क बनाने के लिए मीडिया का उपयोग कैसे किया जा सकता है ?
V. बिक्री संवर्धन और जनसंपर्क के वैधिक पहलुओं पर एक नोट लिखें।
VI. जनसंपर्क और प्रचार के बीच समानताएँ लिखें। $4 \times 5 = 20$

खण्ड—ख

नोट :— इस खण्ड में से कोई दो प्रश्न करें।

- VII. विक्रय संवर्द्धन को परिभाषित कीजिए तथा विपणन में इसकी भूमिका का वर्णन कीजिए।

VIII. निम्नलिखित की व्याख्या करें :

- (i) उपभोक्ता उन्मुख बिक्री संवर्धन
- (ii) व्यापार उन्मुख बिक्री संवर्धन
- (iii) बिक्री बल उन्मुख बिक्री संवर्धन।

IX. विक्रय संवर्धन के प्रमुख साधनों की चर्चा कीजिए।

X. एक प्रभावी बिक्री संवर्धन कार्यक्रम विकसित करने की प्रक्रिया को विस्तृत करें।

2×20=40

खण्ड—ग

नोट :— इस खण्ड में से कोई दो प्रश्न करें।

XI. जनसंपर्क के साधनों की चर्चा कीजिए।

XII. जनसंपर्क की अवधारणा, इसके महत्व और व्यापार जगत में इसके विकास के कारणों की व्याख्या करें।

XIII. बिक्री संवर्धन और जनसंपर्क में नैतिकता का क्या महत्व है ?

XIV. उद्योग में जनसंपर्क के उभरते रुझान क्या हैं ?

2×20=40

(पंजाबी अनुवाद)

नोट :— (1) भाग-ੳ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਚਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

(2) भाग-ਅ ਅਤੇ भाग-ੲ ਹਰੇਕ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ-ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

भाग-ੳ

नोट :— ਹੇਠ ਦਿੱਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਚਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

I. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਕੀ ਹਨ ?

II. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

III. ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨੀਆਂ, ਪ੍ਰੀਮੀਅਮਾਂ ਅਤੇ ਮੁਫਤ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਦੇ ਸਾਧਨ ਵਜੋਂ ਕਿਵੇਂ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ?

IV. ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਿਵੇਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ?

V. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੇ ਜਾਇਜ਼ ਪਹਿਲੂਆਂ 'ਤੇ ਇੱਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।

VI. ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਵਿਚਕਾਰ ਸਮਾਨਤਾਵਾਂ ਲਿਖੋ।

4×5=20

ਭਾਗ-ਅ

ਨੋਟ :- ਇਸ ਭਾਗ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

VII. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ ਅਤੇ ਮੰਡੀਕਰਨ ਵਿੱਚ ਇਸਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਨੂੰ ਵਿਸਤ੍ਰਿਤ ਕਰੋ।

VIII. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ :

(i) ਖਪਤਕਾਰ ਅਧਾਰਤ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ।

(ii) ਵਪਾਰ-ਮੁਖੀ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ।

(iii) ਵਿਕਰੀ ਬਲ ਅਧਾਰਤ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ।

IX. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਦੇ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

X. ਇੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਵਿਸਤ੍ਰਿਤ ਕਰੋ।

2×20=40

ਭਾਗ-ਬ

ਨੋਟ :- ਇਸ ਭਾਗ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

XI. ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੇ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

XII. ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ, ਇਸਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਇਸ ਦੇ ਵਾਧੇ ਦੇ ਕਾਰਨਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

XIII. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਨੈਤਿਕਤਾ ਦਾ ਕੀ ਮਹੱਤਵ ਹੈ ?

XIV. ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੇ ਉੱਭਰ ਰਹੇ ਰੁਝਾਨ ਕੀ ਹਨ ?

2×20=40