

This question paper contains 4 printed pages]

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 269

Unique Paper Code : 241651

E

Name of the Paper : Sales Promotion and Public Relations

Name of the Course : B.A. Programme (Discipline Course)

Semester : VI

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

(Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.)

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।)

**Note :** Answers may be written *either* in English *or* in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

**टिप्पणी :** इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

Attempt *Five* questions in all.

*All* questions carry equal marks.

कुल पाँच प्रश्न कीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. (a) "Advertising brings the horse to water and sales promotion makes it drink."  
Comment. 7½
- (b) Dominos has been successfully making use of coupon offers. Discuss the challenges and benefits of couponing as a sales promotion strategy. 7½

P.T.O.

(क) “विज्ञापन घोड़े को पानी के पास ले जाता है और विक्रय संवर्धन उसे पानी पिलाता है।” टिप्पणी कीजिए।

(ख) डोमिनोज़ कूपन ऑफरों का सफलतापूर्वक उपयोग कर रहा है। विक्रय संवर्धन रणनीति के तौर पर कूपन देने की चुनौतियों और लाभों का विवेचन कीजिए।

2. Discuss the challenges involved in using trade-oriented promotion techniques. Explain the different trade-oriented promotional tools. 15

व्यापारोन्मुखी संवर्धन तकनीकों के प्रयोग में शामिल चुनौतियों का विवेचन कीजिए। विभिन्न व्यापारोन्मुखी संवर्धन उपकरणों को स्पष्ट कीजिए।

3. (a) “An effective sales promotion plan requires due consideration of various product-related and market-related factors.” In the light of this statement, discuss the factors that a company would take into account while designing a sales promotion plan for their products. 8

(b) Explain the significance of sales promotion. 7

(क) “एक प्रभावी विक्रय संवर्धन योजना में उत्पाद संबंधी और बाजार संबंधी विविध कारकों पर सम्यक् ध्यान देना अपेक्षित होता है।” इस कथन के प्रकाश में उन कारकों का विवेचन कीजिए जिन्हें कंपनी अपने उत्पादों के लिए विक्रय संवर्धन योजना का खाका बनाते समय ध्यान में रखेंगी ?

(ख) विक्रय संवर्धन के महत्व को स्पष्ट कीजिए।

4. Explain the concept of Marketing Public Relations (MPR). What are the major decisions involved in MPR ? 15

विपणन जनसंपर्क के संप्रत्यय को स्पष्ट कीजिए। इसमें शामिल मुख्य निर्णय क्या होते हैं ?

5. (a) "Publicity can make or break a product or even a company." Explain. 7½

(b) "Corporate sponsorships of events have become a major promotional activity."

Comment:

7½

(क) "प्रचार किसी उत्पाद अथवा किसी कंपनी को भी बना या मिटा सकता है।" स्पष्ट कीजिए।

(ख) "ईवेन्ट्स की नैगमिक प्रायोजना प्रमुख संवर्धन क्रियाकलाप बन गयी है।" टिप्पणी कीजिए।

6. (a) Discuss the legislative control on sales promotion in India. 8

(b) Explain the concept of cyber-marketing. 7

(क) भारत में विक्रय संवर्धन पर विधायी नियंत्रण का विवेचन कीजिए।

(ख) साइबर-विपणन के संप्रत्यय को स्पष्ट कीजिए।

7. What types of sales promotion would be effective for selling the following expensive consumer goods ? 7½×2

(a) Automobiles

(b) Cruise trips.

निम्नलिखित महंगी उपभोक्ता वस्तुओं को बेचने के लिए किस प्रकार का विक्रय संवर्धन प्रभावी होगा ?

(क) ऑटोमोबाइल

(ख) क्रूज़ यात्राएँ।

8. Write short notes on :

7½×2

(a) Advantages and limitations of point of purchase display and demonstration as a promotion tool.

(b) Audio-visual tools of PR.

संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

(क) संवर्धन उपकरण के तौर पर क्रय स्थल प्रदर्शन एवं निदर्शन के लाभ और सीमाएँ

(ख) जनसंपर्क के दृश्य-श्रव्य उपकरण।