

Roll No.

MS–502/MM–2202

Advertising and Sales Promotion

(विज्ञापन तथा विक्रय संवर्धन)

Master of Business Administration/P. G. Diploma
in Marketing Management

(MBA–16/MBA–13/MBA–12/MBA–
10/PGDMM–16/PGDMM–10/MBAH–11)

Third/First Semester, Examination, 2017

Time : 3 Hours

Max. Marks : 70

Note : This paper is of **seventy (70)** marks containing **three (03)** sections A, B and C. Learners are required to attempt the questions contained in these sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र सत्तर (70) अंकों का है जो तीन (03) खण्डों 'क', 'ख' तथा 'ग' में विभाजित है। शिक्षार्थियों को इन खण्डों में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

Section–A / खण्ड–क

(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'A' contains four (04) long answer type questions of fifteen (15) marks each. Learners are required to answer *two* (02) questions only.

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए पन्द्रह (15) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. What is advertising ? Describe the major decisions that marketing manager must take while developing an advertising program.

विज्ञापन क्या है ? किसी भी विज्ञापन कार्यक्रम के विकास में विपणन-प्रबंधक द्वारा लिये जाने वाले मुख्य निर्णयों का वर्णन कीजिए।

2. Discuss the role of sales promotion in promotional mix.

प्रचार मिश्रण के विक्रय संवर्धन की भूमिका का उल्लेख कीजिए।

3. Discuss in detail the role of creativity in advertising.

विज्ञापन में रचनात्मकता की भूमिका पर विस्तार से चर्चा कीजिए।

4. Evaluate the role of Print Media in changing business scenario.

बदलते व्यापारिक परिदृश्य में प्रिंट मीडिया की भूमिका का मूल्यांकन कीजिए।

Section-B / खण्ड-ख

(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of five (05) marks each. Learners are required to answer *six* (06) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए पाँच (05) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल छः (06) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

Briefly discuss any *six* of the following :

निम्नलिखित में से किन्हीं छः पर संक्षेप में चर्चा कीजिए :

1. Sales promotion strategies.
विक्रय संवर्धन रणनीति।
2. Role of Advertising Standard Council of India (ASCI).
भारतीय विज्ञापन मानक परिषद (ए. एस. सी. आई.) की भूमिका।
3. Impact of Advertising on Society.
विज्ञापन का समाज पर प्रभाव।
4. Impact of cultural factors on consumer buying behaviour.
सांस्कृतिक कारकों का उपभोक्ता क्रय व्यवहार पर प्रभाव।
5. Factors affecting budget of advertising.
विज्ञापन बजट को प्रभावित करने वाले कारक।
6. Role and functions of Public Relations.
जनसंपर्क की भूमिका एवं कार्य।
7. Digital marketing.
डिजिटल विपणन।
8. Components of communication process.
संचार प्रक्रिया के अवयव।

Section-C / खण्ड-ग**(Objective Type Questions) / (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)**

Note : Section 'C' contains ten (10) objective type questions of one (01) mark each. All the questions of this section are compulsory.

नोट : खण्ड 'ग' में दस (10) वस्तुनिष्ठ प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए एक (01) अंक निर्धारित है। इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

Indicate whether the following statements are True or False.

इंगित कीजिए कि निम्नलिखित कथन सत्य हैं या असत्य।

1. Informative advertising is used heavily while introducing. (True/False)
शिक्षाप्रद विज्ञापन को नये उत्पाद को पेश करने में अधिक उपयोग में लाया जाता है। (सत्य/असत्य)
2. Advertising budget is set on the basis of advertising objectives. (True/False)
विज्ञापन बजट, विज्ञापन के उद्देश्यों के आधार पर निर्धारित होता है। (सत्य/असत्य)
3. Emotional appeal relates to psychological need of a person. (True/False)
भावनात्मक अपील का सम्बन्ध मनुष्य की मनोवैज्ञानिक आवश्यकता से होता है। (सत्य/असत्य)
4. Media is message deliverly system in Advertising. (True/False)
मीडिया विज्ञापन की संदेश वितरण प्रणाली है। (सत्य/असत्य)

5. Central theme of media planning is message dissemination. (True/False)
मीडिया नियोजन का केन्द्रीय विषय संदेश का प्रचार-प्रसार है।
(सत्य/असत्य)
6. Deception is giving false message to consumers. (True/False)
कपट का आशय उपभोक्ता को गलत संदेश देना है।
(सत्य/असत्य)
7. Merchandise allowance is a trade promotion technique. (True/False)
माल/उत्पाद भत्ता, व्यापार संवर्धन की एक तकनीक है।
(सत्य/असत्य)
8. Pupillometrics is used to measure psychological reaction of advertisement. (True/False)
पुपिल्लोमेट्रिक्स विज्ञापन की मनोवैज्ञानिक प्रतिक्रिया मापने के लिए प्रयोग की जाती है।
(सत्य/असत्य)
9. Most international advertises think globally and act locally. (True/False)
अधिकांश अन्तर्राष्ट्रीय विज्ञापनदाता विश्व स्तर पर सोचते हैं तथा स्थानीय स्तर पर काम करते हैं।
(सत्य/असत्य)
10. Sales promotions are short-term incentives to promote sales. (True/False)
विक्रय संवर्द्धन, लघु अवधि के विक्रय को बढ़ावा देने को प्रोत्साहित करता है।
(सत्य/असत्य)

