

## **MS-502/MM-2202**

### **Advertising and Sales Promotion**

(विज्ञापन तथा विक्रय संवर्धन)

Master of Business Administration/

P. G. Diploma in Marketing Management

(MBA-10/12/13/16/17/

PGDMM-10/16/17/MBAH-11)

Third/First Semester, Examination, 2018

**Time : 3 Hours**

**Max. Marks : 80**

**Note :** This paper is of **eighty (80)** 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 अस्सी (80) 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 nineteen (19) 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 उन्नीस (19) अंक निर्धारित हैं।  
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Explain the roles of various tools and techniques of Sales Promotion, while discussing its various ways.

विक्रय प्रोत्साहन की विभिन्न तकनीकों एवं इस हेतु अपनाई जाने वाली विभिन्न विधियों को समझाइये।

2. What do you understand by advertising budget ? Discuss the various methods of determining advertising budget.

विज्ञापन बजट से आप क्या समझते हैं ? विज्ञापन बजट निर्धारण की विभिन्न विधियों की विवेचना कीजिए।

3. What factors should be taken into consideration while selecting the Agency ? Discuss the modes of payment to advertising agencies.

एजेन्सी का चयन करते समय किन तत्वों को ध्यान में रखना चाहिए ? विज्ञापन एजेन्सी के भुगतान के तरीके बताइये।

4. What is advertising ? Discuss its objectives and point out the problems of advertising in India.

विज्ञापन क्या है ? इसके उद्देश्यों को समझाइये और भारत में विज्ञापन की समस्याओं को इंगित कीजिए।

**Section-B / खण्ड-ख****(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)**

**Note :** Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of eight (08) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए आठ (08) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. What is the role of advertising in promoting sales ?  
विक्रय प्रोत्साहन में विज्ञापन की क्या भूमिका है ?
2. "Salesmen are born and not made." Discuss.  
"विक्रयकर्ता जन्म लेते हैं, बनाए नहीं जाते।" चर्चा कीजिए।
3. What is branding ?  
ब्रान्डिंग क्या है ?
4. What do you understand by Sales Promotion ?  
विक्रय प्रोत्साहन से आप क्या समझते हैं ?
5. Briefly explain the role of distribution channels.  
वितरण प्रवाह माध्यमों के कार्य को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए।
6. Differentiate between advertising and publicity.  
विज्ञापन एवं प्रचार के बीच अन्तर स्पष्ट कीजिए।
7. Explain the advantages of advertisement to producers and customers.  
उत्पादकों एवं उपभोक्ताओं के परिप्रेक्ष्य में विज्ञापन के लाभों को समझाइये।

8. Explain the process of new product development.  
 किसी नवीन उत्पाद को विकसित किये जाने की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।

### 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. The purpose of advertising is to create sales.  
विज्ञापन का उद्देश्य विक्रय का सृजन करना है।
2. Sales promotion involved offering short-term incentives.  
विक्रय संवर्धन में अल्पकालिक प्रोत्साहन सम्मिलित है।
3. Discounts and rebates increase the sales of a product.  
कटौतियाँ एवं छूटें उत्पाद की बिक्री को बढ़ाते हैं।
4. Publicity is an unpaid form of marketing communication.  
प्रचार विपणन सम्प्रेषण का एक भुगतानमुक्त साधन होता है।
5. Advertising is any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods or services by an identified sponsor.

विज्ञापन किसी चिन्हित प्रायोजक के माध्यम से विचार, वस्तु या सेवा के गैर-वैयक्तिक प्रस्तुतीकरण और सम्बर्द्धन की भुगतानित विधा है।

6. A brand helps a consumer to select the product of certain quality every time.

ब्रांड किसी उपभोक्ता को निश्चित गुणवत्ता का उत्पाद प्रत्येक बार चयन करने में मदद करता है।

7. Face-to-Face interaction with one or more prospective purchasers for the purpose of making presentations, answering questions and procuring orders is known as personal selling.

एक या अधिक संभावित क्रेताओं के सम्मुख प्रस्तुतिकरण करना, प्रश्नों का उत्तर देना तथा आदेश प्राप्त करने हेतु प्रत्यक्ष सम्पर्क वैयक्तिक विक्रय कहलाता है।

8. A brand, which is given legal protection under the law, is called Trade Mark.

एक ब्राण्ड, जिसे कानून द्वारा वैधानिक संरक्षण प्रदान किया हो, ट्रेडमार्क कहा जाता है।

9. Advertising is done by an identified sponsor.

विज्ञापन निश्चित प्रायोजक द्वारा किया जाता है।

10. Advertising and publicity both are one and the same.

विज्ञापन एवं प्रचार दोनों एक ही हैं।