

(i) Printed Pages : 4

Roll No.

(ii) Questions : 14 Sub. Code :

1	7	5	6	1
---	---	---	---	---

Exam. Code :

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

**B.A./B.Sc. (General) 6th Semester
(2055)**

**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 :— Attempt **FOUR** short answer type questions from Section—A. Each question will carry **5** marks. Attempt **TWO** questions each from Sections—B and C respectively. Each question will carry **20** marks.

SECTION—A

1. Discuss the importance of Sales Promotion.
2. Define Rebate.
3. Explain Premium and Leaflets.
4. Write a short note on Special Events.
5. Difference between Sales Promotion and Public Relations.
6. Discuss the similarities of Publicity and Public Relations.

SECTION—B

7. Discuss the role of Sales Promotion in the Marketing Mix. What are the various types of Sales Promotion Techniques ?
8. Define how Sales Promotion affects sales. Illustrate with an example.
9. Write short notes on :
 - (i) Price deals
 - (ii) Price packs

- (iii) Coupons
 - (iv) Contests and Sweepstakes
 - (v) Premiums.
10. List and explain the use of various consumer promotion tools in Sales Promotion.

SECTION—C

11. Define the term Public Relations and discuss its growing importance and role in marketing.
12. "Press Conferences are important tools of Public Relations." Comment.
13. Explain the role of Public Relations in the Marketing Mix. Explain the advantages of using internet for conducting successful public relations activities.
14. (a) Explain the legislative control on Sales Promotion in India.
(b) What are the legal issues involved in Public Relations.

(हिन्दी माध्यम)

नोट :- भाग-A में से चार लघु उत्तरीय प्रश्न हल करें। प्रत्येक प्रश्न 5 अंक का होगा। भाग-B और C में से क्रमशः दो-दो प्रश्न हल करें। प्रत्येक प्रश्न 20 अंक का होगा।

भाग-A

1. बिक्री संवर्धन के महत्व पर चर्चा करें।
2. छूट को परिभाषित करें।
3. प्रीमियम और पत्रक की व्याख्या करें।
4. विशेष आयोजनों पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें।
5. बिक्री संवर्धन और जनसंपर्क के बीच अंतर करें।
6. प्रचार और जनसंपर्क की समानताओं पर चर्चा करें।

भाग-B

7. विपणन मिश्रण में बिक्री संवर्धन की भूमिका पर चर्चा करें। बिक्री संवर्धन तकनीकों के विभिन्न प्रकार क्या हैं ?
8. परिभाषित करें कि बिक्री संवर्धन बिक्री को कैसे प्रभावित करता है। एक उदाहरण के साथ समझाएँ।

9. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखें :
- मूल्य सौदे
 - मूल्य पैक
 - कूपन
 - प्रतियोगिताएँ और स्वीपस्टेक्स
 - प्रीमियम
10. बिक्री संवर्धन में विभिन्न उपभोक्ता संवर्धन उपकरणों के उपयोग की सूची बनाएँ और उनकी व्याख्या करें।

भाग-C

- जनसंपर्क शब्द को परिभाषित करें और विपणन में इसके बढ़ते महत्व और भूमिका पर चर्चा करें।
- 'प्रेस कॉन्फ्रेंस जनसंपर्क का महत्वपूर्ण उपकरण है।' टिप्पणी करें।
- विपणन मिश्रण में जनसंपर्क की भूमिका की व्याख्या करें। सफल जनसंपर्क गतिविधियों के संचालन के लिए इंटरनेट का उपयोग करने के लाभों की व्याख्या करें।
- (a) भारत में बिक्री संवर्धन पर विधायी नियंत्रण की व्याख्या करें।
(b) जनसंपर्क में शामिल कानूनी मुद्दे क्या हैं ?

(पंजाबी अनुवाद)

नोट :- भाग-A ਵਿੱਚੋਂ ਚਾਰ ਲਘੂ ਉੱਤਰ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 5 ਅੰਕ ਹੋਣਗੇ। भाग B ਅਤੇ C ਵਿੱਚੋਂ ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਦੋ-ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 20 ਅੰਕ ਹੋਣਗੇ।

भाग-A

- ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- ਛੋਟੇ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
- ਪ੍ਰੀਮੀਅਮ ਅਤੇ ਲੀਫਲੈਟਸ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸਮਾਗਮਾਂ 'ਤੇ ਇੱਕ ਸੰਖੇਪ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।
- ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰੋ।
- ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੀਆਂ ਸਮਾਨਤਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

ਭਾਗ-B

7. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਿਸ਼ਰਣ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਕੀ ਹਨ ?
8. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
ਇੱਕ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਨਾਲ ਸਮਝਾਓ।
9. ਨਿਮਨਲਿਖਤ 'ਤੇ ਸੰਖੇਪ ਨੋਟ ਲਿਖੋ :
 - (i) ਕੀਮਤ ਸੌਦੇ
 - (ii) ਕੀਮਤ ਧੈਕ
 - (iii) ਕੂਪਨਸ
 - (iv) ਮੁਕਾਬਲੇ ਅਤੇ ਸਵੀਪਸਟੇਕਸ
 - (v) ਪ੍ਰੀਮੀਅਮ।
10. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖਪਤਕਾਰ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ ਅਤੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਭਾਗ-C

11. ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧ ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਇਸਦੀ ਵਧਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਅਤੇ ਭੂਮਿਕਾ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
12. “ਪ੍ਰੈਸ ਕਾਨਫਰੰਸ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸਾਧਨ ਹਨ।” ਟਿੱਪਣੀ ਕਰੋ।
13. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਿਸ਼ਰਣ ਵਿੱਚ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
ਸਫਲ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਕਰਨ ਲਈ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
14. (a) ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ 'ਤੇ ਵਿਧਾਨਕ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
(b) ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਮੁੱਦੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।

ਭਾਗ-B

7. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਿਸ਼ਰਣ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਕੀ ਹਨ ?
8. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
ਇੱਕ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਨਾਲ ਸਮਝਾਓ।
9. ਨਿਮਨਲਿਖਤ 'ਤੇ ਸੰਖੇਪ ਨੋਟ ਲਿਖੋ :
 - (i) ਕੀਮਤ ਸੋਢੇ
 - (ii) ਕੀਮਤ ਪੈਕ
 - (iii) ਕੂਪਨਸ
 - (iv) ਮੁਕਾਬਲੇ ਅਤੇ ਸਵੀਪਸਟੇਕਸ
 - (v) ਪ੍ਰੀਮੀਅਮ।
10. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖਪਤਕਾਰ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ ਅਤੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਭਾਗ-C

11. ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧ ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਇਸਦੀ ਵਧਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਅਤੇ ਭੂਮਿਕਾ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
12. “ਪ੍ਰੈਸ ਕਾਨਫਰੰਸ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸਾਧਨ ਹਨ।” ਟਿੱਪਣੀ ਕਰੋ।
13. ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਿਸ਼ਰਣ ਵਿੱਚ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
ਸਫਲ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਕਰਨ ਲਈ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
14. (a) ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ 'ਤੇ ਵਿਧਾਨਕ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
(b) ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਕਿਹੜੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਮੁੱਦੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।