

(i) Printed Pages : 7

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

(2056)

**ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES
MANAGEMENT**

Paper—VI : Sales Promotion & Public Relations—II

(In all Mediums)

Time Allowed : 3 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 forms of sales promotion.
2. Define POP.
3. Explain handouts 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. What do you understand by the concept of sales promotion?
Explain its nature and relevance in detail.
8. Define how sales promotion affects sales. Illustrate with an example.
9. Write short notes on :
 - (1) Price deals
 - (2) Price packs
 - (3) Coupons
 - (4) Contest and sweepstakes
 - (5) 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 the internet for conducting successful public relation 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 से चार लघु उत्तरीय वाले प्रश्न हल करें। प्रत्येक प्रश्न 5 अंक का होगा। भाग-B और C से क्रमशः दो-दो प्रश्न हल करें। प्रत्येक प्रश्न 20 अंक का होगा।

भाग-A

1. विक्रय संवर्धन के विभिन्न स्वरूपों पर चर्चा कीजिए।
2. POP को परिभाषित कीजिए।
3. हैंडआउट्स और लीफलेट्स की व्याख्या कीजिए।
4. विशेष आयोजनों पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
5. विक्रय संवर्धन और जनसंपर्क में अंतर बताइए।
6. प्रचार और जनसंपर्क की समानताओं पर चर्चा कीजिए।

भाग-B

7. विक्रय संवर्धन की अवधारणा से आप क्या समझते हैं? इसकी प्रकृति और प्रासंगिकता को विस्तार से समझाइए।
8. विक्रय संवर्धन कैसे विक्रय को प्रभावित करता है, इसे परिभाषित कीजिए। एक उदाहरण सहित समझाइए।
9. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :
 - (1) मूल्य सौदे
 - (2) मूल्य पैकेज
 - (3) कूपन
 - (4) प्रतियोगिताएँ और लॉटरी
 - (5) प्रीमियम
10. विक्रय संवर्धन में विभिन्न उपभोक्ता संवर्धन उपकरणों की सूची बनाइए और उनके उपयोग की व्याख्या कीजिए।

भाग-C

11. जनसंपर्क शब्द को परिभाषित कीजिए और विपणन में इसके बढ़ते महत्व और भूमिका पर चर्चा कीजिए।
12. "प्रेस कॉन्फ्रेंस जनसंपर्क का महत्वपूर्ण उपकरण हैं।" टिप्पणी कीजिए।

13. ਵਿਪਣਨ ਮਿਸ਼ਰਣ ਮੇਂ ਜਨਸੰਪਰਕ ਕੀ ਭੂਮਿਕਾ ਸਪਸ਼ਟ ਕੀਜ਼ਿਏ। ਸਫਲ ਜਨਸੰਪਰਕ ਗਤਿਵਿਧਿਯੋਂ ਕੇ ਸੰਚਾਲਨ ਕੇ ਲਿਏ ਇੰਟਰਨੇਟ ਕੇ ਉਪਯੋਗ ਕੇ ਲਾਭੋਂ ਕੋ ਸਪਸ਼ਟ ਕੀਜ਼ਿਏ।
14. (a) ਭਾਰਤ ਮੇਂ ਵਿਕਰਯ ਸੰਬੰਧਨ ਪਰ ਵਿਧਾਯੀ ਨਿਯੰਤਰਣ ਕੋ ਸਪਸ਼ਟ ਕੀਜ਼ਿਏ।
(b) ਜਨਸੰਪਰਕ ਮੇਂ ਕੌਨ-ਕੌਨ ਸੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਸੁਢੇ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੈਂ?

(ਪੰਜਾਬੀ ਅਨੁਵਾਦ)

ਨੋਟ :- ਭਾਗ-A ਤੋਂ ਚਾਰ ਛੋਟੇ ਉੱਤਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 5 ਅੰਕ ਹੋਣਗੇ। ਭਾਗ B ਅਤੇ C ਤੋਂ ਕ੍ਰਮਵਾਰ ਦੋ-ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 20 ਅੰਕ ਹੋਣਗੇ।

ਭਾਗ-A

1. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਦੇ ਰੂਪਾਂ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
2. POP ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
3. ਹੈਂਡਆਊਟ ਅਤੇ ਲੀਫਲੇਟਸ ਨੂੰ ਸਮਝਾਓ।
4. ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਸਮਾਗਮਾਂ 'ਤੇ ਇੱਕ ਸੰਖੇਪ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।
5. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੱਸੋ।
6. ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੀਆਂ ਸਮਾਨਤਾਵਾਂ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

ਭਾਗ-B

7. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਤੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਸਮਝਦੇ ਹੋ ? ਇਸਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਸਾਰਥਕਤਾ ਨੂੰ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਓ।
8. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਕਿਵੇਂ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਇਸਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ। ਇੱਕ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਨਾਲ ਸਮਝਾਓ।
9. ਨਿਮਨਲਿਖਤ 'ਤੇ ਛੋਟੇ ਨੋਟ ਲਿਖੋ :
 - (1) ਕੀਮਤ ਸੌਦੇ
 - (2) ਕੀਮਤ ਪੈਕ
 - (3) ਕੂਪਨ
 - (4) ਮੁਕਾਬਲੇ ਅਤੇ ਸਵੀਪਸਟੈਕ
 - (5) 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 ਸ਼ਾਮਲ ਕਾਨੂੰਨੀ ਮੁੱਦੇ ਕੀ ਹਨ ?