

(i) Printed Pages : 7

Roll No. ....

(ii) Questions : 9

Sub. Code : 

0	5	6	1
---	---	---	---

Exam. Code : 

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

B.A./B.Sc. (General) 6<sup>th</sup> Semester  
(2042)

**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 :—** Section A is compulsory. Attempt any **FOUR** questions.  
From Sections B and C **TWO** questions are compulsory.

**SECTION—A**

1. (i) Explain how sales promotion affects sales. Illustrate with an example.
- (ii) List out the importance of trade oriented sales promotion.
- (iii) Lots of money and time need to be spent in advertising, if sales promotion has to work. Why is advertising required for sales promotion ?
- (iv) What are the objectives and functions of press conference ?
- (v) How is Public Relations different from Propaganda, Public Opinion and Publicity ? Explain.
- (vi) List the various factors to be kept in mind for planning a PR Campaign.

4×5=20

## SECTION—B

2. What are the factors which influence sales promotion growth ? What are the positive and negative effects of sales promotion on brand volume ? Explain the problems or risk involved in sales promotion.
3. Highlight the major differences between consumer sales promotion and trade sales promotion. What are the major sales promotional tools of middlemen ? Explain in detail of each promotional tool.
4. Explain briefly the various tools and techniques used in sales promotion. Explain in brief each promotional tool.
5. Discuss steps involved in developing sales promotion programme. Explain methods of evaluating sales promotion effectiveness.

2×20=40

## SECTION—C

6. (a) Differentiate between publicity and public relations. State importance of internet as a medium of publicity and public relations. What are its costs and limitations ?  
(b) What are the factors to be considered for organizing a successful Press Conference ?
7. Discuss the ethical and legal aspects of sales promotion and public relations. Give examples.
8. Explain major tools of Public Relations. Explain in detail of each of the public relation tools. Describe the skills required to be an effective Public Relations professional.

9. (a) Your company has organized a blood donation camp in which over 500 employees with a few of the top level managers donated blood. Prepare a suitable press release on this occasion.
- (b) What is the role and importance of audio visual aids in Public Relations ? What are the advantages of using audio visual aids ? 2×20=40

**(हिन्दी माध्यम)**

नोट :— भाग-क अनिवार्य है। भाग-क में से कोई चार प्रश्न करें। भाग-ख और भाग-ग में से दो प्रश्न करने अनिवार्य हैं।

**भाग-क**

1. (i) बताएं कि बिक्री संवर्धन बिक्री को कैसे प्रभावित करता है। एक उदाहरण से समझाइए।
- (ii) व्यापार निर्धारित बिक्री संवर्धन के महत्व की सूची बनाएं।
- (iii) अगर बिक्री को बढ़ावा देना है तो विज्ञापन में बहुत पैसा और समय खर्च होगा। बिक्री संवर्धन के लिए विज्ञापन की आवश्यकता क्यों है ?
- (iv) प्रेस कॉन्फ्रेंस के उद्देश्य और कार्य क्या हैं ?
- (v) जनसंपर्क प्रसार, जनमत और प्रचार से कैसे भिन्न है ? समझाएं।
- (vi) जनसंपर्क अभियान की योजना बनाने के लिए ध्यान में रखे जाने वाले विभिन्न कारकों की सूची बनाएं। 4×5=20

## भाग-ख

2. बिक्री संवर्धन वृद्धि को प्रभावित करने वाले कारक कौनसे हैं ? ब्रांड वॉल्यूम पर बिक्री संवर्धन के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव क्या हैं ? बिक्री संवर्धन में शामिल समस्याओं या जोखिमों की व्याख्या करें।
3. उपभोक्ता बिक्री संवर्धन और व्यापार बिक्री संवर्धन के बीच प्रमुख अंतरों पर प्रकाश डालिए। बिचौलियों के प्रमुख बिक्री प्रचार साधन क्या हैं ? प्रत्येक प्रचार साधन के बारे में विस्तार से बताएं।
4. बिक्री संवर्धन में प्रयुक्त विभिन्न साधनों और तकनीकों को संक्षेप में समझाइए। प्रत्येक प्रचार साधन को संक्षेप में समझाइए।
5. बिक्री संवर्धन कार्यक्रम के विकास में शामिल कदमों की चर्चा करें। बिक्री संवर्धन प्रभावशीलता के मूल्यांकन के तरीकों की व्याख्या करें।

2×20=40

## भाग-ग

6. (क) प्रचार और जनसंपर्क के बीच अंतर करें। प्रचार और जनसंपर्क के माध्यम के रूप में इंटरनेट का महत्व बताएं। इसकी लागत और सीमाएं क्या हैं ?  
(ख) एक सफल प्रेस कॉन्फ्रेंस आयोजित करने के लिए किन कारकों पर विचार किया जाना चाहिए ?
7. बिक्री संवर्धन और जनसंपर्क के नैतिक और कानूनी पहलुओं पर चर्चा करें। उदाहरण दें।
8. जनसंपर्क के प्रमुख साधनों की व्याख्या कीजिए। प्रत्येक जनसंपर्क साधन के बारे में विस्तार से बताएं। एक प्रभावी जनसंपर्क पेशेवर बनने के लिए आवश्यक कौशलों का वर्णन कीजिए।

9. (क) आपकी कंपनी ने एक रक्तदान शिविर का आयोजन किया है जिसमें 500 से अधिक कर्मचारियों ने कुछ उच्च स्तर के प्रबंधकों के साथ रक्तदान किया। इस अवसर पर एक उपयुक्त प्रेस प्रलेख तैयार करें।

(ख) जनसंपर्क में दृश्य-श्रव्य साधनों की क्या भूमिका और महत्व है ? दृश्य-श्रव्य साधनों का उपयोग करने के क्या लाभ हैं ?

2×20=40

### (ਪੰਜਾਬੀ ਅਨੁਵਾਦ)

ਨੋਟ :— ਭਾਗ-ੳ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ। ਭਾਗ-ੳ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਚਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ। ਭਾਗ-ਅ ਅਤੇ ਭਾਗ-ੲ ਵਿੱਚੋਂ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰਨੇ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹਨ।

#### ਭਾਗ-ੳ

1. (i) ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ ਕਿ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਨਾਲ ਸਮਝਾਓ।
- (ii) ਵਪਾਰ-ਮੁਖੀ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਦੇ ਮਹੱਤਵ ਨੂੰ ਸੂਚੀਬੱਧ ਕਰੋ।
- (iii) ਵਿਗਿਆਪਨ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰਾ ਪੈਸਾ ਅਤੇ ਸਮਾਂ ਖਰਚ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ, ਜੇਕਰ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਮੋਸ਼ਨ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਵਿਕਰੀ ਦੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਲਈ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੀ ਲੋੜ ਕਿਉਂ ਹੈ ?
- (iv) ਪ੍ਰੈਸ ਕਾਨਫਰੰਸ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਕਾਰਜ ਕੀ ਹਨ ?
- (v) ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ ਪ੍ਰਚਾਰ, ਜਨਤਕ ਰਾਏ ਅਤੇ ਪ੍ਰਚਾਰ ਤੋਂ ਕਿਵੇਂ ਵੱਖਰਾ ਹੈ ? ਸਮਝਾਓ।
- (vi) ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ ਮੁਹਿੰਮ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ।

4×5=20

## ਭਾਗ-ਅ

2. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਵਾਧੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ ਕੀ ਹਨ ? ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੀ ਮਾਤਰਾ 'ਤੇ ਵਿਕਰੀ ਤਰੱਕੀ ਦੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਅਤੇ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਕੀ ਹਨ ? ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਜਾਂ ਜੋਖਮ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
3. ਖਪਤਕਾਰ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਅਤੇ ਵਪਾਰ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਮੋਸ਼ਨ ਵਿਚਕਾਰ ਮੁੱਖ ਅੰਤਰ ਨੂੰ ਉਜਾਗਰ ਕਰੋ। ਵਿਚੋਲੇ ਦੇ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰਚਾਰ ਸਾਧਨ ਕੀ ਹਨ ? ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਚਾਰ ਸਾਧਨ ਦੀ ਵਿਸਤਾਰ ਵਿੱਚ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
4. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਾਧਨਾਂ ਅਤੇ ਤਕਨੀਕਾਂ ਬਾਰੇ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਚਾਰ ਸਾਧਨ ਨੂੰ ਸੰਖੇਪ ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਓ।
5. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕਦਮਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

2×20=40

## ਭਾਗ-ਬ

6. (ੳ) ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸਬੰਧਾਂ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਕਰੋ। ਪ੍ਰਚਾਰ ਅਤੇ ਜਨ ਸੰਪਰਕ ਦੇ ਮਾਧਿਅਮ ਵਜੋਂ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਦਾ ਮਹੱਤਵ ਦੱਸੋ। ਇਸ ਦੀਆਂ ਲਾਗਤਾਂ ਅਤੇ ਸੀਮਾਵਾਂ ਕੀ ਹਨ ?  
(ਅ) ਸਫਲ ਪ੍ਰੈਸ ਕਾਨਫਰੰਸ ਦੇ ਆਯੋਜਨ ਲਈ ਕਿਹੜੇ ਕਾਰਕ ਵਿਚਾਰੇ ਜਾਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ ?
7. ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਅਤੇ ਜਨਤਕ ਸਬੰਧਾਂ ਦੇ ਨੈਤਿਕ ਅਤੇ ਕਾਨੂੰਨੀ ਪਹਿਲੂਆਂ 'ਤੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਦਿਓ।

8. ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ ਦੇ ਮੁੱਖ ਸਾਧਨਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ ਸਾਧਨਾਂ ਦੇ ਬਾਰੇ ਵਿਸਤਾਰ ਵਿੱਚ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਇੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਬਣਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਹੁਨਰਾਂ ਦਾ ਵਰਨਣ ਕਰੋ।

9. (ੳ) ਤੁਹਾਡੀ ਕੰਪਨੀ ਨੇ ਖੂਨਦਾਨ ਕੈਂਪ ਦਾ ਆਯੋਜਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਕੁਝ ਉੱਚ ਪੱਧਰੀ ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ ਦੇ ਨਾਲ 500 ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੇ ਖੂਨਦਾਨ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਇਸ ਮੌਕੇ ਢੁਕਵੀਂ ਪ੍ਰੈਸ ਪ੍ਰਲੇਖ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

(ਅ) ਲੋਕ ਸੰਪਰਕ ਵਿੱਚ ਆਡੀਓ ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਏਡਸ ਦੀ ਕੀ ਭੂਮਿਕਾ ਅਤੇ ਮਹੱਤਵ ਹੈ ? ਆਡੀਓ ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਏਡਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਕੀ ਫਾਇਦੇ ਹਨ ?

2×20=40