http://www.uouonline.com

12/1 Roll No. ……………………..

MS–502/MM–2202

Advertising and Sales Promotion

(विज्ञापन तथा विक्रय संवर्द्धन)

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, 2017

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.

http://www.uouonline.com

http://www.uouonline.com

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. "Effective communication process helps the mobility of a product." Justify this statement.

   "प्रभावपूर्ण सम्प्रेषण प्रक्रिया किसी उत्पाद की गत्यात्मकता में सहायक होती है।" इस कथन की उपयुक्तता सिद्ध कीजिए।

2. What is Market Segmentation ? What are the bases of market segmentation ? What will be the suitable base for marketing of Air-conditioners ?

   बाजार विभक्तिकरण किसे कहते हैं ? बाजार विभक्तिकरण के आधार क्या हैं ? वातानुकूलन यंत्र (एयरकंडीशनर) के विपणन हेतु उचित आधार क्या होगा ?

3. "Branding, packaging and labeling of a product helps in its promotion." Discuss, with suitable examples.

   "किसी भी उत्पाद के 'ब्राण्ड' की पहचान पैकिंग एवं उत्पाद के बारे में उत्पाद के पैकट पर चिपकाये गये लेबल के माध्यम से होती है। इससे उत्पाद के बाजार प्रोत्साहन में सहायता मिलती है।" इस कथन की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।

4. "Does advertising encourage people to buy things, they don't need or can't afford ?" Discuss.

   "क्या विज्ञापन लोगों को उन वस्तुओं के क्रय के लिए प्रोत्साहित करता है, जिनकी उन्हें आवश्यकता नहीं है, या जिनके लिए उनमें क्रय शक्ति का अभाव है ?" विवेचना कीजिए।

http://www.uouonline.com

http://www.uouonline.com

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. Explain the nature and scope of Advertising.
   विज्ञापन की प्रकृति एवं इसके क्षेत्र को स्पष्ट कीजिए।

2. What are the objectives of Pricing ?
   मूल्यन के उद्देश्य क्या हैं ?

3. Briefly explain the role of Promotion Mix.
   प्रोत्साहन मिश्रण के कार्य को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए।

4. What are the essential elements of a good brand ?
   एक अच्छे ब्राण्ड के आवश्यक तत्त्व कौन से होते हैं ?

5. Explain the various sales promotion methods.
   विक्रय संवर्द्धन की विभिन्न विधियों को समझाइए।

6. Write a suitable note on Advertising Budget.
   विज्ञापन बजट पर एक उपयुक्त टिप्पणी लिखिए।

7. Discuss the modes of payment of Advertising Agencies.
   विज्ञापन एजेन्सी के भुगतान के तरीके बताइए।

http://www.uouonline.com

http://www.uouonline.com

8. Give any *four* characteristics of a good advertising copy.

   अच्छी विज्ञापन प्रति की चार विशेषताएँ बताइए।

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. In the modern concept of marketing, customer in considered to be at the top of hierarchy.

   विपणन के आधुनिक विचार के अनुसार ग्राहक को अधिमान क्रम में सर्वोच्च स्थान प्राप्त है।

2. For analyzing demand of a product in the market consumers nature is not considered to be important.

   किसी भी उत्पाद की बाजार माँग की व्याख्या करने के लिए उपभोक्ता की प्रकृति को महत्त्वपूर्ण नहीं माना जाता है।

3. In marketing, the term USP is used for unique selling proposition.

   विपणन में यू. एस. पी. का प्रयोग विशिष्ट विक्रय विवरण के लिए किया जाता है।

http://www.uouonline.com

http://www.uouonline.com

4. Advertising is an example of mass communication.
   विज्ञापन जनसंचार का माध्यम है।

5. Finding the most cost-effective media to deliver the desired number of exposures to the target audience, is known as media selection.
   लक्षित वर्ग को सर्वाधिक लागत बचत के साथ वांछित संख्या में प्रसारण माध्यम चयन कहलाता है।

6. Grapevine communication is a form of Informal Communication.
   अंगूरलता सम्प्रेषण अनौपचारिक सम्प्रेषण का ही एक रूप है।

7. Communication is a continuous process.
   सम्प्रेषण एक सतत् प्रक्रिया है।

8. Competition is not a component of brand equity.
   प्रतियोगिता ब्राण्ड अस्तित्व का एक तत्त्व नहीं है।

9. In 'Product-life cycle', when a new product enters into the market, its stage is that of introduction.
   'उत्पाद-जीवन चक्र' के अन्तर्गत जब एक नया उत्पाद बाजार में लाया जाता है, तो उस स्थिति को आरम्भ कहते हैं।

10. Positioning of a product is for buyer's awareness.
    उत्पाद को बाजार में स्थापित किया जाना क्रेताओं की जागरूकता के लिए है।

http://www.uouonline.com