

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 1972 F
Unique Paper Code : 2414001203
Name of the Paper : Sales Promotion
Name of the Course : Common Prog Group (GE)
UGCF
Semester : II
Duration : 3 Hours Maximum Marks : 90

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt all question, all questions are compulsory.
3. All questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi but the same medium should be followed throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना

P.T.O.

अनुक्रमांक लिखिए ।

2. सभी प्रश्नों का प्रयास करें, सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. "Sales promotion is short-term incentives to encourage purchase or sale of a product or service." In the context of this statement, discuss nature, meaning and importance of sales promotion. (18)

'सेल्स प्रमोशन किसी उत्पाद या सेवा की खरीद या सेल को बढ़ाने के लिए अल्पकालिक प्रोत्साहन है।' इस कथन के संदर्भ में, सेल्स प्रमोशन की प्रकृति, अर्थ और महत्व पर चर्चा करें।

OR

अथवा

“Sales promotion is an important element in marketing because of its unique features and it helps a company to create brand awareness, increase sales, and build a loyal customer base.” In the light of this statement, Explain the different key elements related to significance of sales promotion in marketing.

“सेल्स प्रमोशन अपनी अनूठी विशेषताओं के कारण विपणन में एक महत्वपूर्ण तत्व है और यह कंपनी को ब्रांड जागरूकता पैदा करने, बिक्री बढ़ाने और एक वफादार ग्राहक आधार बनाने में मदद करता है।” इस कथन के आलोक में, विपणन में सेल्स प्रमोशन के महत्व से संबंधित विभिन्न प्रमुख तत्वों की व्याख्या करें।

2. What do you mean by Integrated marketing communication? Discuss the role of sales promotion in integrated marketing communication. (18)

एकीकृत विपणन संचार से आप क्या समझते हैं? एकीकृत विपणन संचार में सेल्स प्रमोशन की भूमिका पर चर्चा करें।

OR

अथवा

What do you mean by Consumer-oriented promotion? Explain the different types of consumers-oriented sales promotion using now a days by the companies.

उपभोक्ता-उन्मुख प्रमोशन से आप क्या समझते हैं? आजकल कंपनियों द्वारा उपयोग किए जा रहे विभिन्न प्रकार के उपभोक्ता-उन्मुख सेल्स प्रमोशन की व्याख्या करें।

3. "Sales promotion is one of the methods consisting of various schemes, and policies designed to induce consumers to participate in events in order to purchase the product or subscribe for the service." In the context of this statement, discuss the various sales promotion tools with suitable examples. (18)

“सेल्स प्रमोशन विभिन्न योजनाओं और नीतियों से युक्त उन तरीकों में से एक है, जो उपभोक्ताओं को उत्पाद खरीदने या सेवा की सदस्यता लेने के लिए कार्यक्रमों में भाग लेने के लिए प्रेरित करने के लिए डिज़ाइन की गई है।” इस कथन के संदर्भ में, उपयुक्त उदाहरणों के साथ विभिन्न सेल्स प्रमोशन उपकरणों पर चर्चा करें।

OR

अथवा

Discuss the different types of trade-oriented sales promotion and sales force-oriented sales promotion.

व्यापार-उन्मुख सेल्स प्रमोशन और बिक्री बल-उन्मुख सेल्स प्रमोशन के विभिन्न प्रकारों पर चर्चा करें।

4. What do you mean by sales promotion program?
Elucidate the various stages involved in sales promotion program.

(18)

सेल्स प्रमोशन कार्यक्रम से आप क्या समझते हैं? सेल्स प्रमोशन कार्यक्रम में शामिल विभिन्न चरणों को स्पष्ट करें।

OR

अथवा

Discuss the importance of ethics in sales promotion. Also discuss in detail, the unethical practices, and its consequences in sales promotion.

सेल्स प्रमोशन में नैतिकता के महत्व पर चर्चा करें। सेल्स प्रमोशन में अनैतिक प्रथाओं और उसके परिणामों पर भी विस्तार से चर्चा करें।

5. Write a short note (Any four) (4.5*4 = 18)

(a) Puffery and Misrepresentation

- (b) Contests and Sweepstakes
- (c) Premiums and Price-off
- (d) Refunds and Rebates
- (e) Point of purchase, Displays and demonstrations
- (f) Incentives and Sales Contests

निम्नलिखित पर संक्षिप्त नोट लिखिए (कोई चार)

- (क) अति-प्रशंसा और गलतबयानी
- (ख) प्रतियोगिताएं और स्वीपस्टेक्स
- (ग) प्रीमियम और मूल्य-छूट
- (घ) रिफंड और छूट

1972

8

(ड) खरीद का स्थान, डिस्प्ले और प्रदर्शन

(च) प्रोत्साहन और बिक्री प्रतियोगिताएँ