

[This question paper contains 4 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 5191

J

Unique Paper Code : 2414001203

Name of the Paper : Sales Promotion

Name of the Course : Common Prog Group – UGCF (GE)

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** questions.
3. **All** questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए ।
2. सभी प्रश्न कीजिए ।
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. Define Sales promotion. Explain the advantages and disadvantages of sales promotion. (4+7+7)

OR

- (a) What are the misconceptions about sales promotion. Explain with relevant examples. (9)

P.T.O.

- (b) What do you mean by Integrated Marketing Communication. Explain the role of sales promotion in Integrated Marketing Communication. (9)
2. (a) Differentiate between customer-oriented sales promotion and trade-oriented sales promotion with examples. (9)
- (b) "Refunds and rebates are very common techniques of sales promotion". Discuss in detail with examples. (9)

OR

- (a) Discuss the benefits and limitations of using coupons during sales promotion. (6)
- (b) What is sampling? Elaborate the different techniques of sampling. (6)
- (c) What do you understand by point of purchase? Elucidate its benefits and limitations. (6)
3. (a) "Trade promotion are part of push strategy of manufacturer." Justify the statement with examples. (9)
- (b) What do we mean by trade allowances. Explain its benefits and disadvantages with examples. (9)

OR

- (a) What are seminars? How are they different from conferences. Explain with example. (9)
- (b) What are the benefits of using promotional novelties and gifts in business? (9)
4. (a) Explain the difference between puffery and misrepresentation in the context of sales promotion. (9)
- (b) Why is puffery generally acceptable while misrepresentation is not? Provide examples to illustrate your points. (9)

OR

- (a) Design a sales promotion programme for a new product launch. (9)
- (b) Describe how you would implement and evaluate this programme to ensure its success. (9)

5. Write short note on **any 3** of the following : (6×3)

- (a) Puffery
- (b) Misrepresentation
- (c) Specialities and novelties
- (d) Point of Purchase
- (e) Refunds and rebates

1. सेल्स प्रमोशन को परिभाषित कीजिए। सेल्स प्रमोशन के लाभ और हानि की व्याख्या कीजिए। (4 + 7 + 7)

या

(क) सेल्स प्रमोशन के बारे में गलत धारणाएँ क्या हैं। प्रासंगिक उदाहरणों के साथ समझाइये। (9)

(ख) एकीकृत विपणन संचार से आपका क्या अभिप्राय है। एकीकृत विपणन संचार में बिक्री संवर्धन की भूमिका की व्याख्या कीजिए। (9)

2. (क) ग्राहक-उन्मुख बिक्री संवर्धन और व्यापार-उन्मुख बिक्री संवर्धन के बीच उदाहरणों के साथ अंतर कीजिए। (9)

(ख) “वापसी और छूट बिक्री संवर्धन की बहुत सामान्य तकनीकें हैं। उदाहरणों के साथ विस्तार से चर्चा कीजिए। (9)

या

(क) बिक्री संवर्धन के दौरान कूपन का उपयोग करने के लाभ और सीमाओं पर चर्चा कीजिए। (6)

(ख) नमूनाकरण क्या है? नमूनाकरण की विभिन्न तकनीकों का विस्तार से वर्णन कीजिए। (6)

(ग) आप खरीद के बिंदु से क्या समझते हैं? इसके लाभ और सीमाओं को स्पष्ट कीजिए। (6)

3. (क) “व्यापार संवर्धन निर्माता की पुश रणनीति का हिस्सा है।” उदाहरणों के साथ कथन की पुष्टि कीजिए। (9)

(ख) व्यापार भत्ते से हमारा क्या तात्पर्य है। इसके लाभ और हानियों को उदाहरणों के साथ स्पष्ट कीजिए। (9)

या

(क) सेमिनार क्या हैं। वे सम्मेलनों से किस प्रकार भिन्न हैं। उदाहरण के साथ स्पष्ट कीजिए। (9)

(ख) व्यवसाय में प्रचारात्मक नवीनताएँ और उपहारों का उपयोग करने के क्या लाभ हैं? (9)

4. (क) बिक्री संवर्धन के संदर्भ में दिखावा और मिथ्या प्रस्तुति के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए। (9)

(ख) दिखावा आम तौर पर स्वीकार्य क्यों है जबकि मिथ्या प्रस्तुति स्वीकार्य नहीं है? अपने बिंदुओं को स्पष्ट करने के लिए उदाहरण प्रदान कीजिए। (9)

या

(क) किसी नए उत्पाद के लण्च के लिए बिक्री संवर्धन कार्यक्रम तैयार कीजिए। (9)

(ख) वर्णन कीजिए कि आप इस कार्यक्रम को कैसे कार्यान्वित कीजिएगे और इसकी सफलता सुनिश्चित करने के लिए इसका मूल्यांकन कैसे कीजिएगे। (9)

5. निम्नलिखित में से किन्हीं 3 पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए : (6×3)

(क) पफरी

(ख) मिथ्या प्रस्तुति

(ग) विशेषताएँ और नवीनताएँ

(घ) क्रय बिंदु

(ङ) रिफंड और छूट