



उत्तराखंड मुक्त विश्वविद्यालय हल्द्वानी (नैनीताल)

Programme Name-MBA-Third Semester/ PGDMM-First Semester

कार्यक्रम का नाम- मास्टर ऑफ बिज़नेस एडमिनिस्ट्रेशन - तृतीय सेमेस्टर / विपणन प्रबंधन में स्नातकोत्तर डिप्लोमा / प्रथम सेमेस्टर

Programme Code-MBA-12/ PGDMM-10

कार्यक्रम कोड- MBA-12/PGDMM-10

Course Name- Advertising and Sales Promotion

कोर्स शीर्षक- विज्ञापन तथा विक्रय संवर्द्धन

Course Code- MM 2202

Maximum Marks-40

अधिकतम अंक -40

कोर्स कोड – MM 2202

Session -2013-14,Summer

सत्र: 2013-14 ,ग्रीष्मकालीन

Last Date of Submission: 15 January , 2014 (जमा करने की अन्तिम तिथि 15 जनवरी 2014)

Section-A

भाग क

Section 'A' contains 08 short answer type questions of 5 marks each. Learners are required to answers 4 questions only. Answers of short answer-type questions must be restricted to 250 words approximately.

भाग क में आठ लघु उत्तरों वाले प्रश्न दिए गए हैं इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पांच अंक निर्धारित हैं तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर अधिकतम 250 शब्दों में दीजिए।

Discuss the following (1-8) –

निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:

1. Functions of advertising

विज्ञापन के कार्य |

2. Difference between brand image and brand personality.

ब्रांड छवि तथा ब्रांड व्यक्तित्व में अंतर |

3. Infomercials

सूचना – परक कामर्शियल विज्ञापन

4. Yellow pages advertising

येलो पेज विज्ञापन

5. Advertising Research

विज्ञापन अनुसंधान

6. Characteristics of a good print advertisement.

अच्छे प्रिंट विज्ञापन की विशेषताएं |

7. Consumer promotion schemes.

उपभोक्ता संवर्धन तकनीकें |

8. Trade promotion schemes.

व्यापार संवर्धन तकनीकें |

Section-B

भाग ख

Section 'B' contains 04 long answer-type questions of 10 marks each. Learners are required to answer 02 questions only.

भाग ख में चार दीर्घ उत्तरों वाले प्रश्न दिए गए हैं। इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए दस अंक निर्धारित हैं।

1. What are attitudes? How do they influence consumer purchase behavior?

Discuss the functional theory of attitudes.

अभिवृत्तियाँ क्या हैं? यह उपभोक्ता के क्रय- व्यवहार को कैसे प्रभावित करती है ? व्यवहार के कार्यात्मक सिद्धांत पर चर्चा कीजिए।

2. List the various traditional advertising media. Discuss the strengths and limitations of television as an advertising medium.

विभिन्न 'पारंपरिक विज्ञापन मीडिया' की सूची तैयार कीजिए | विज्ञापन मीडिया के रूप में टेलीविजन की शक्तियों और सीमाओं की चर्चा कीजिए |

3. What is sales promotion? What are its objectives? Discuss the various steps in planning and implementing a sales promotion scheme.

विक्रय-संवर्धन क्या है ? इसके उद्देश्य क्या हैं ? विक्रय-संवर्धन योजना बनाने और लागू करने में विभिन्न कदमों की चर्चा कीजिए |

4. How can companies enhance the attention, the comprehension and the recall ability of consumers towards advertisements?

कंपनियां कैसे किसी विज्ञापन के प्रति ध्यान, समझ तथा उपभोक्ताओं की याद रखने की क्षमता में वृद्धि कर सकती हैं ?

