



UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय हल्द्वानी (नैनीताल)

Programme Name-Master of Business Administration -Third Semester

कार्यक्रम का नाम- मास्टर ऑफ बिज़नेस एडमिनिस्ट्रेशन- तृतीय सेमेस्टर

Programme Code-MBA-10/MBAH-11/PGDMM-10

कार्यक्रम कोड- MBA-10/MBAH-11/PGDMM-10

Course Name-Advertising and sales promotion

कोर्स शीर्षक- विज्ञापन तथा विक्रय संवर्द्धन

Course Code-MM2202

Maximum Marks-40

कोर्स कोड - MM2202

अधिकतम अंक -40

Session -2012-13,Summer

सत्र: 2012-13 , ग्रीष्मकालीन

Last Date of Submission: 31 January , 2013 (जमा करने की अन्तिम तिथि 31 जनवरी 2013)

### 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 उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए पांच अंक निर्धारित है तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर 250 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।

Discuss the following (1-8) –

निम्न की संक्षेप में चर्चा कीजिए:

1. Benefits of Advertising  
विज्ञापन के लाभ
2. Factors affecting selection of advertising agency  
विज्ञापन एजेंसी के चयन को प्रभावित करने वाले कारक
3. Sales Promotion and consumer behaviour  
विक्रय संवर्द्धन और उपभोक्ता व्यवहार

4. Brand equity  
ब्रांड इक्विटी
5. Brand awareness  
ब्रांड जागरूकता
6. Internet marketing  
इंटरनेट द्वारा विपणन
7. Advertising research  
विज्ञापन अनुसंधान
8. Advertising formats  
विज्ञापन के प्रारूप

### Section-B

#### भाग ख

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

भाग ख में चार दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए दस अंक निर्धारित हैं।

1. How can companies enhance the attention, the comprehension and the recall ability of consumers towards advertisements?  
कंपनियाँ कैसे किसी विज्ञापन के प्रति ध्यान, समझ तथा उपभोक्ताओं की याद रखने की क्षमता में वृद्धि कर सकती हैं ?
2. Discuss some golden rules to be followed by a marketer in order to extract the best response from customers in a promotional offer.  
ऐसे महत्वपूर्ण नियमों को समझाइए जो विक्रेता द्वारा किसी प्रचार प्रस्ताव के लिए अपनाये जाते हो और जिस पर ग्राहक उत्कृष्ट प्रतिक्रियाएँ दें ।
3. Explain the various methods by which advertising budgets can be set. Explain the advantages and disadvantages of each method.  
विज्ञापन बजट बनाने की विभिन्न विधियों के बारे में समझाइए। प्रत्येक विधि के लाभ तथा हानि के बारे में भी बताएं।
4. People often say that advertising is what makes mass production and mass distribution of products possible. How does the evolution of national brands and advertising prove such assertions as false?  
'लोग अक्सर कहते हैं कि विज्ञापन बड़े पैमाने पर उत्पादन और उत्पादों के जन-वितरण को संभव बनाता है।' राष्ट्रीय ब्रांडों और विज्ञापन का विकास इस तरह के दावों को कैसे गलत साबित करता है?