

NEW

2015

Part II 3-Tier

ADVERTISING AND SALES PROMOTION

PAPER—XIII

(Honours in 'Marketing Management')

Full Marks : 100

Time : 4 Hours

The figures in the right-hand margin indicate full marks.

Candidates are required to give their answers in their own words as far as practicable.

Illustrate the answers wherever necessary.

Group—A

[Advertising]

(Marks—45)

1. Answer any one question :

14×1

- (a) Discuss the major changes that have taken place in the Indian Media Scene during the past decade.

(Turn Over)

- (b) Explain how social and cultural background influence advertising.

2. Answer any *three* questions : 7×3

- (a) Assess the merits of print media in advertising.
- (b) State the uses of headline and space in the creation of an effective message.
- (c) Discuss the advantages of celebrity advertising.
- (d) Distinguish between advertisement and salesmanship.
- (e) Explain in brief, the constraints on media planning.
- (f) State the key issues in relation to internet advertising.

3. Answer any *two* questions : 5×2

- (a) Discuss about the Advertising Process.
- (b) Write a short note on Advertisement Copy.
- (c) State the objectives of Advertisement Budget.
- (d) Discuss about the process of communication.

Group—B
[Sales Promotion]

(Marks—45)

4. Answer any *one* from the following : 14×1
- (a) Discuss the different methods and techniques of sales promotion used as sales-incentives for a new brand consumer goods. 14
- (b) What do you understand by Public Relation ? Discuss the different aspects, benefits and limitations of Public Relations. 4+10
5. Answer any *three* questions : 7×3
- (a) Discuss the various types of sales promotion budgeting methods.
- (b) Discuss the different types of non-monetary techniques of sales promotion.
- (c) Distinguish between consumer promotion and trade promotion.
- (d) Explain the role of refunds and rebates as a tool of sales promotion.

- (e) Distinguish between 'display' and 'exhibitions'.
- (f) State the significance of sales promotion.

6. Answer any *two* from the following : 5x2

- (a) Write a note on 'exchange offer' technique in sales promotion.
- (b) State the disadvantages of sales promotion technique.
- (c) Mention advantages and disadvantages of distribution of samples.
- (d) Discuss the necessity of personal selling.

[Internal assessment — 10 marks]

বঙ্গানুবাদ

দক্ষিণ প্রান্তস্থ সংখ্যাগুলি প্রশ্নমান নির্দেশক।

পরীক্ষার্থীদের যথাসম্ভব নিজের ভাষায় উত্তর দেওয়া প্রয়োজন।

বিভাগ—ক

(বিজ্ঞাপন)

[পূর্ণমান—৪৫]

১। যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

১৪×১

(ক) গত একদশক জুড়ে ভারতে প্রচার মাধ্যমে যে সকল উল্লেখযোগ্য পরিবর্তন ঘটেছে সে সম্পর্কে আলোচনা করো।

(খ) সামাজিক ও সাংস্কৃতিক পটভূমি কিভাবে বিজ্ঞাপনের উপর প্রভাব বিস্তার করে তা আলোচনা করো।

২। যে-কোনো তিনটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

৭×৩

(ক) বিজ্ঞাপনে প্রিন্টমিডিয়ায় সুবিধাগুলি নির্ধারণ করো।

(খ) একটি কার্যকরী সংবাদ পরিবেশনে headline এবং space-এর ব্যবহার লিখ।

- (গ) Celebrity advertising-এর সুবিধাগুলি আলোচনা করো।
- (ঘ) বিজ্ঞাপন ও বিক্রয়কলার মধ্যে পার্থক্য দেখাও।
- (ঙ) মিডিয়া পরিকল্পনার ক্ষেত্রে বাধাগুলি সংক্ষেপে বর্ণনা করো।
- (চ) ইন্টারনেট বিজ্ঞাপন সম্পর্কিত মূখ্য বিষয়গুলি উল্লেখ করো।

৩। যে-কোনো দুইটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

৫×২

- (ক) বিজ্ঞাপন প্রক্রিয়া সম্পর্কে আলোচনা করো।
- (খ) বিজ্ঞাপন প্রতিলিপির উপর সংক্ষিপ্ত টীকা লিখ।
- (গ) বিজ্ঞাপন বাজেটের উদ্দেশ্যগুলি উল্লেখ করো।
- (ঘ) জ্ঞাতকরণ প্রক্রিয়া সম্পর্কে আলোচনা করো।

বিভাগ—খ

(বিক্রয় প্রসার)

[পূর্ণমান—৪৫]

৪। যে-কোনো একটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

১৪×১

- (ক) নতুন ব্র্যান্ডের ভোগ্যপণ্যের বিক্রয়-উদ্দীপক রূপে ব্যবহার্য বিক্রয়-সম্প্রসারণ পদ্ধতি ও কৌশলগুলি আলোচনা করো।
- (খ) জনসম্পর্ক বলতে কি বোঝা ? জনসম্পর্কের বিভিন্ন দিক, উপকারিতা ও সীমাবদ্ধতা আলোচনা করো।

৫। যে-কোনো তিনটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

৭×৩

- (ক) বিভিন্ন প্রকার বিক্রয় প্রসার বাজেট পদ্ধতিগুলি আলোচনা করো।
- (খ) বিভিন্ন প্রকার অনার্থিক বিক্রয়-প্রসারক কৌশলগুলি আলোচনা করো।
- (গ) ভোগকারী-প্রসার ও বাণিজ্যিক-প্রসারের মধ্যে পার্থক্য করো।
- (ঘ) বিক্রয় প্রসারের একটি হাতিয়ার হিসাবে ফেরৎ ও ছাড়ের ভূমিকা বর্ণনা করো।

(ঙ) 'Display' এবং 'Exhibitions'-এর মধ্যে পার্থক্য করো।

(চ) বিক্রয় প্রসারের তাৎপর্য উল্লেখ করো।

৬। যে-কোনো দুইটি প্রশ্নের উত্তর দাও।

৫×২

(ক) বিক্রয় প্রসারে 'বিনিময় প্রস্তাব' কৌশলটি সম্পর্কে টীকা লিখ।

(খ) বিক্রয় প্রসার কৌশলের অসুবিধাগুলি বিবৃত করো।

(গ) নমুনা বিতরণের সুবিধা ও অসুবিধাগুলি বর্ণনা করো।

(ঘ) ব্যক্তিগত বিক্রয়-এর প্রয়োজনীয়তা আলোচনা করো।

[অভ্যন্তরীণ মূল্যায়ণ — ১০ নম্বর]

—