

This question paper contains 7 printed pages.]

Your Roll No.

9605

B.Com. (Hons.) / III B

**Elective Gr. EC : Marketing, Advertising and
Personal Selling**

**Paper XXIV – Advertising and Personal Selling
(Admissions of 2004 and onwards)**

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 75

(Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.)

Note : (i) The maximum marks printed on the questions paper are applicable for the candidates registered with the School of Open Learning. These marks will, however, be scaled down proportionately in respect of the students of regular colleges, at the time of posting of awards for compilation of result.

(ii) Answers may be written *either* in English *or* in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

- टिप्पणी : (i) प्रश्न-पत्र पर अंकित पूर्णांक स्कूल ऑफ ओपन लर्निंग में प्रवेश-प्राप्त छात्रों के लिए मान्य हैं । नियमित विद्यार्थियों के लिए अंकों का समानुपातिक पुनर्निर्धारण परीक्षाफल तैयार करते समय किया जाएगा ।
- (ii) इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

Attempt all questions.

All questions carry equal marks.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

1. (a) It pays to advertise. Do you agree ? Give reasons. 7
- (b) Write short notes on. 4 + 4
- (i) DAGMAR model
- (ii) Audience Selection
- (क) विज्ञापन देना लाभकर होता है । क्या आप सहमत हैं ? कारण बताइए ।
- (ख) संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :
- (i) DAGMAR मॉडल
- (ii) श्रोता/दर्शक समुदाय चयन

OR/अथवा

(a) What is advertising media? Discuss the factors influencing media choice. 7

(b) "The major recurrent decision facing a firm is how much to spend on advertising." Do you agree? Explain the common methods adopted for setting the advertising budget. 8

(क) विज्ञापन मीडिया से क्या तात्पर्य है? मीडिया के चुनाव को प्रभावित करने वाले कारकों का विवेचन कीजिए।

(ख) "किसी फर्म के समक्ष प्रमुख आवर्तक निर्णय यह होता है कि विज्ञापन पर कितना खर्च किया जाए।" क्या आप सहमत हैं? विज्ञापन बजट निर्धारित करने के लिए अपनाई गई सामान्य विधियों को स्पष्ट कीजिए।

2. (a) What is an advertising copy? Discuss its elements. 7

(b) Is it necessary to measure advertising effectiveness? Why? Briefly explain 'pretesting' methods for measuring the communication effect of advertising. 8

(क) विज्ञापन लिपि से क्या तात्पर्य है? इसके तत्वों का विवेचन कीजिए।

(ख) क्या विज्ञापन की प्रभाविता को मापना आवश्यक है? क्यों? विज्ञापन के संप्रेषण प्रभाव को मापने के लिए 'पूर्व परीक्षण' विधियों को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए।

OR/अथवा

- (a) Define an advertising agency. What are its major functions ? 7
- (b) Write notes on : 4 + 4
- (1) Internet Advertising
 - (2) Consumer Advertising Vs Industrial Advertising
- (क) विज्ञापन अभिकरण को परिभाषित कीजिए । इसके प्रमुख प्रकार्य क्या हैं ?
- (ख) टिप्पणियाँ लिखिए :
- (1) इंटरनेट विज्ञापन
 - (2) उपभोक्ता विज्ञापन बनाम औद्योगिक विज्ञापन
3. (a) What is Deceptive Advertising ? Explain its various forms. 7
- (b) Explain the various types of personal selling situations. 8
- (क) भ्रामक विज्ञापन से क्या तात्पर्य है ? इसके विभिन्न रूपों को स्पष्ट कीजिए ।
- (ख) वैयक्तिक विक्रय स्थितियों के विभिन्न प्रकारों को स्पष्ट कीजिए ।

OR/अथवा

- (a) What are the differences between rational and emotional advertising appeals ? Which of the two should be preferred ? Why ? 7

(b) Write a note on product and market knowledge. 8

(क) तर्क संगत और संवेगात्मक विज्ञापन आकर्षणों में क्या भिन्नताएँ हैं ? इन दोनों में से किसको तरजीह देना चाहिए ? क्यों ?

(ख) उत्पाद और बाज़ार ज्ञान पर एक टिप्पणी लिखिए ।

4. (a) Write short notes on : 4 + 4

(i) Prospecting

(ii) Pre-approach

(b) Why do prospects raise objections ? How should the salesperson overcome the following objections ? 7

(i) "The price is too high"

(ii) I have to ask my husband before I purchase the product.

(क) संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(i) पूर्वक्षण

(ii) पूर्व - उपागम

(ख) संभावित ग्राहक आपत्तियाँ क्यों करते हैं ? बिक्रीकर्ता निम्नलिखित आपत्तियों से किस प्रकार निपटेगा ?

(i) "कीमत बहुत अधिक है"

(ii) उत्पाद को खरीदने से पूर्व मुझे अपने पति से पूछना होगा ।

OR/अथवा

- (a) Write short notes on 4 + 4
- (i) Customer follow up
 - (ii) Closing the sale
- (b) What is sales forecasting ? Explain the various methods of sales forecasting. 7
- (क) संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :
- (i) ग्राहक अनुवर्तन
 - (ii) बिक्री को पूर्णता तक पहुँचाना
- (ख) बिक्री पूर्वानुमान से क्या तात्पर्य है ? बिक्री पूर्वानुमान की विभिन्न विधियों को स्पष्ट कीजिए ।
5. (a) Describe the main methods of compensating sales force, pointing out the merits and demerits of each method. 8
- (b) Briefly discuss the steps involved in the evaluation of sale's person performance. 7
- (क) विक्रय बल को क्षतिपूरित करने की मुख्य विधियों का वर्णन कीजिए । प्रत्येक विधि के गुण-दोषों पर प्रकाश डालिए ।
- (ख) बिक्रीकर्ता के निष्पादन के मूल्यांकन में सन्निहित चरणों का संक्षेप में विवेचन कीजिए ।

OR/अथवा

- (a) Write a note on sales quotas. 7
- (b) Explain in brief the main steps involved in designing a training programme for sales people. 8
- (क) बिक्री कोटा पर टिप्पणी लिखिए ।
- (ख) बिक्रीकर्ताओं के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम के अभिकल्पन में सन्निहित मुख्य चरणों को संक्षेप में स्पष्ट कीजिए ।

www.FirstRanker.com