

This question paper contains 7 printed pages.]

2083

Your Roll No.

M.Com. / II

A

Course : 445

ADVERTISING AND SALES MANAGEMENT

(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 : *The maximum marks printed on the question 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.*

टिप्पणी : प्रश्न-पत्र पर अंकित पूर्णांक 'स्कूल ऑफ ओपन लर्निंग' में प्रवेश प्राप्त छात्रों के लिए मान्य है। नियमित विद्यार्थियों के लिए इन अंकों का समानुपातिक पुनर्निर्धारण परीक्षाफल तैयार करते समय किया जाएगा।

[P.T.O.]

Note : Answers may be written either in English or in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

टिप्पणी : इस प्रश्नपत्र 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.
Credit will be given for precise answers.*

सभी प्रश्न कीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

सटीक उत्तरों को श्रेय दिया जायेगा।

1. (a) "Effective communication process starts with the selection of target audience." Do you agree ? On what basis can the advertiser select target audience?
- (b) "Advertising is vital to economic and social growth of an economy". Discuss.

Or

- (c) Explain various media decisions that an advertiser need to take for advertising of new 3G cellular service product ?

(d) Discuss various measures which are used to evaluate sales person's performance.

(क) "लक्ष्य श्रोताओं के चयन के साथ प्रभावी संप्रेषण प्रक्रिया शुरू होती है।" क्या आप इससे सहमत हैं? विज्ञापनदाता किस आधार पर लक्ष्य श्रोता का चयन कर सकता है?

(ख) "अर्थव्यवस्था के लिए आर्थिक और सामाजिक वृद्धि महत्वपूर्ण होती है।" विवेचना कीजिए।

अथवा

(ग) नई 3G सेल्यूलर सेवा उत्पाद के विज्ञापन के लिए विज्ञापनदाता के जिन विभिन्न माध्यम संबंधी निर्णय लेना जरूरी होता है, उनकी व्याख्या कीजिए।

(घ) बिक्री करने वाले व्यक्ति की निष्पादकता का मूल्यांकन करने के लिए प्रयुक्त विभिन्न तरीकों की विवेचना कीजिए।

2. (a) Explain any **two** of the following :

(i) Relevance of using emotional appeals.

(ii) Role of creativity in message development

(iii) Criteria for choosing celebrity as an endorser

(iv) Layout considerations.

(b) Discuss parameters of evaluating ad effectiveness.

- (क) निम्नलिखित में से किन्हीं दो की व्याख्या कीजिए :
- (i) संवेदनात्मक अपीलों के प्रयोग की सार्थकता
 - (ii) संदेश विकसित करने में सृजनात्मकता की भूमिका
 - (iii) ख्याति प्राप्त व्यक्ति को पृष्ठांकनकर्ता के रूप में चुनने के निकष
 - (iv) अभिन्यास संबंधी विचार
- (ख) विज्ञापन की प्रभावशीलता का मूल्यांकन करने के प्राचलों की विवेचना कीजिए।

3. (a) Explain the process of advertising decision making. What is the role of having IMC perspective in it ?

(b) Compare :

- (i) Straight commission v/s Straight salary plan of sales person's compensation.
- (ii) Customer based v/s Product based organization of sales department.

Or

(c) Relationship between sales quota, sales forecast and sales budget.

(d) Explain the role of advertising agency. What are advantages of using large advertising agencies when the focus is more on planning integrated communication and not just advertising as a solution to communication problem?

(क) विज्ञापन निर्णयन की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए। इसमें IMC परिप्रेक्ष्य रखने की क्या भूमिका है ?

(ख) तुलना कीजिए :

(i) बिक्रीकर्ता की क्षतिपूर्ति के सीधे कमीशन बनाम सीधे वेतन की योजना

(ii) विक्रय विभाग का ग्राहक आधारित बनाम उत्पाद आधारित संगठन

अथवा

(ग) विक्रय कोटा, विक्रय भविष्यवाणी और विक्रय बजट में संबंध बताइए।

(घ) विज्ञापन एजेन्सी की भूमिका की व्याख्या कीजिए। बड़ी विज्ञापन एजेंसियों का प्रयोग करने के लाभ क्या हैं जबकि फोकस आयोजन समाकलित संप्रेषण पर अधिक होता है न कि संप्रेषण समस्या के समाधान के रूप में मात्र विज्ञापन करना।

4. (a) What is territory planning? Explain the steps required to set up territories.
- (b) Sales organization is both an orienting point for cooperative endeavor and a structure of human relationships. Discuss.

Or

- (c) What are the ingredients of motivational mix for sales persons? Explain the process of sales person's motivation.
- (d) Salesmanship and selling process are the two key elements required for development of selling skills. Explain how these two work together to help increase the sales ?
- (क) इलाके का आयोजन क्या होता है? इलाके स्थापित करने के लिए आवश्यक कदमों की व्याख्या कीजिए।
- (ख) विक्रय संगठन सहयोगात्मक प्रयत्न और मानव संबंधों की संरचना दोनों के लिए अभिविन्यासी बिन्दु होता है। विवेचन कीजिए।

अथवा

- (ग) बिक्री करने वालों के लिए प्रेरणात्मक मिश्र के तत्व क्या हैं? विक्रयकर्ता के अभिप्रेरण की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।

- (घ) विक्रय कौशलों को विकसित करने के लिए आवश्यक दो मुख्य तत्व हैं विक्रयकारी और विक्रय प्रक्रिया। व्याख्या कीजिए कि ये दोनों मिलकर किस प्रकार बिक्री को बढ़ाने में मदद करते हैं?

5. Write short notes on any **three** of the followings :

- (a) Deceptive advertising
- (b) Ethics in selling
- (c) Self-regulation in advertising practices
- (d) Sales budget

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (क) धोखा देने वाला विज्ञापन
- (ख) विक्रय में नैतिकता
- (ग) विज्ञापन व्यवहार में आत्मनियमन
- (घ) विक्रय बजट