

This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.

1677

B.Com. (Hons.) / III A

**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 question paper are applicable for the candidates registered with the School of Open Learning for the B.A. (Hons.)/ B.Com. (Hons.). 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 : 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) "Advertising sells the products." Do you agree with this statement ? Give reasons for your answer and explain the functions performed by advertising. 7
- (b) Write notes on any two of the following :
- (i) Consumer advertising Vs. Industrial advertising.
- (ii) DAGMAR approach.
- (iii) Percentage of sales method of determining advertising budget. $4 + 4 = 8$
- (क) "विज्ञापन उत्पादों को बेचता है ।" क्या आप इस कथन से सहमत हैं ? अपने उत्तर के लिए कारण प्रस्तुत कीजिए और विज्ञापन द्वारा निष्पादित प्रकार्यों को स्पष्ट कीजिए ।
- (ख) निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर टिप्पणी लिखिए :
- (i) उपभोक्ता मूलक विज्ञापन बनाम औद्योगिक विज्ञापन
- (ii) DAGMAR उपागम
- (iii) विज्ञापन बजट के निर्धारण की विक्रय-प्रतिशतता प्रणाली

OR / अथवा

(a) "Selection of advertising media should be preceded by an analysis of all factors involved in the total marketing situation." What factors should you consider in such a situation and why ? 7

(b) "The basic objective of advertising is to increase sales and profits." Elucidate, pointing out other objectives of Advertising. 8

(क) "विज्ञापन माध्यम के चयन से पूर्व समस्त विपणन स्थिति में समाविष्ट सभी कारकों का विश्लेषण किया जाना चाहिए ।" इस स्थिति में आपको किन कारकों पर विचार करना चाहिए और क्यों ?

(ख) "विज्ञापन का मूल उद्देश्य बिक्री और लाभ में वृद्धि करना है ।" विज्ञापन के अन्य उद्देश्यों को निर्दिष्ट करते हुए, इस कथन का विशदीकरण कीजिए ।

2. (a) What do you understand by Advertising Copy ? How is an advertising copy for radio different from that for print media ? 7

(b) Differentiate between Rational and emotional appeals. Give two examples each of products which can better be advertised through rational and emotional appeals (with reasons). 8

(क) आप विज्ञापन लिपि से क्या समझते हैं ? रेडियो के लिए विज्ञापन लिपि मुद्रण माध्यम के लिए लिपि से किस प्रकार भिन्न होती है ?

(ख) तर्कसंगत और संवेगात्मक आकर्षणों में विभेद कीजिए । प्रत्येक उत्पाद के दो-दो उदाहरण दीजिए जिनके विज्ञापन के लिए तर्कसंगत और संवेगात्मक आकर्षण बेहतर सिद्ध होंगे (कारण बताइए) ।

OR / अथवा

(a) Why is it necessary to measure advertising effectiveness ? Explain the post-testing techniques of measuring advertising effectiveness. 7

(b) What are the various types of advertising agencies ? Discuss the various criteria used while selecting an advertising agency. 8

(क) विज्ञापन प्रभावोत्पादकता को मापना क्यों आवश्यक है ? विज्ञापन-प्रभावोत्पादकता के मापन की पश्च-परीक्षण प्रविधियों को स्पष्ट कीजिए ।

(ख) विज्ञापन अभिकरणों के विभिन्न प्रकार क्या हैं ? विज्ञापन अभिकरण का चयन करने के लिए प्रयुक्त विभिन्न निकषों का विवेचन कीजिए ।

3. (a) Explain the need for ethics in advertising. Describe the ethical effects of advertising along with the tests used to decide whether an advertisement is ethical or not. 7

(b) Explain any **two** of the following :

(i) AIDA theory of selling

(ii) Is salesmanship – a science or an art ?

(iii) Personal selling situations and jobs. 4 + 4 = 8

(क) विज्ञापन में आचारनीति की आवश्यकता को स्पष्ट कीजिए । विज्ञापन के नैतिक प्रभावों का वर्णन कीजिए और साथ ही कोई विज्ञापन नैतिक है अथवा नहीं है इसका निर्णय करने के लिए प्रयुक्त परीक्षणों का भी उल्लेख कीजिए ।

(ख) निम्नलिखित में से किन्हीं दो को स्पष्ट कीजिए :

- (i) विक्रय का AIDA सिद्धान्त ।
- (ii) विक्रय-कला – क्या एक विज्ञापन है अथवा एक कला है ?
- (iii) व्यक्तिगत विक्रय स्थितियाँ और कार्य ।

OR / अथवा

- (a) “In these days of mass production and mass selling, personal selling continues to be an essential promotional tool for Sellers.” Why ? 5
- (b) “Selling is a very promising career for efficient people.” Do you agree ? Explain giving the unique characteristics of an effective sales person. 5
- (c) What is the importance of knowledge of products for a salesman ? What knowledge should a salesman have about his products ? 5
- (क) “पुंज उत्पादन और बड़े पैमाने पर विक्रय के आज के समय विक्रेताओं के लिए व्यक्तिगत विक्रय अब भी एक अत्यावश्यक संवर्धन – साधन बना हुआ है ।” क्यों ?
- (ख) “कार्यकुशल व्यक्तियों के लिए विक्रय एक अत्यंत संभावनापूर्ण जीवन वृत्ति है ।” क्या आप सहमत हैं ? प्रभावी बिक्रीकर्ता के अनन्य अभिलक्षणों का उल्लेख करते हुए स्पष्ट कीजिए ।
- (ग) किसी बिक्रीकर्ता के लिए उत्पादों की जानकारी का महत्त्व क्या है ? बिक्रीकर्ता को अपने उत्पादों के बारे में क्या जानकारी होनी चाहिए ?

4. (a) State the meaning and significance of pre-approach in the process of effective personal selling. What steps are involved in it? 7
- (b) Write notes on :
- (i) Prospecting
- (ii) Demonstration 4 + 4 = 8
- (क) प्रभावी व्यक्तिगत विक्रय की प्रक्रिया में पूर्व पहुँच का अर्थ और महत्त्व का वर्णन कीजिए। इसमें क्या चरण सन्निहित होते हैं ?
- (ख) टिप्पणी लिखिए :
- (i) संभावी ग्राहक पूर्वक्षेण
- (ii) प्रदर्शन

OR / अथवा

- (a) How does 'Closing the Sale' help in building relationship with customer ? Explain the closing techniques available to salesperson that help him in making an effective close. 7
- (b) As a salesman how would you handle the following objection raised by customers at the end of a sales-presentation ?
- (i) Over-priced product
- (ii) Poor quality product
- (iii) No Money for buying product
- (iv) Past bad experience with the company and its products 8
- (क) 'बिक्री तय करना' ग्राहक के साथ संबंध बनाने में किस प्रकार सहायक होता है ? बिक्रीकर्ता को उपलब्ध उन बिक्री तय करने की प्रविधियों को स्पष्ट कीजिए जो प्रभावी बिक्री में उसकी सहायता करती हैं।

(ख) एक बिक्रीकर्ता के नाते किसी विक्रय-प्रस्तुतीकरण के अंत में ग्राहकों द्वारा उठाई गई निम्नलिखित आपत्तियों से आप किस प्रकार निपटेंगे :

- (i) अधिक कीमत लगा उत्पाद
- (ii) घटिया गुणता वाला उत्पाद
- (iii) उत्पाद-क्रय के लिए धन न होना
- (iv) कंपनी और उसके उत्पादों के साथ पूर्व खराब अनुभव

5. (a) Describe the various methods of sales-forecasting. 5
- (b) Discuss the main objectives of a sales budget. What factors need to be considered while preparing a sales-budget? 5
- (c) What is a sales-territory? Explain the benefits of establishing sales-territories. 5
- (क) विक्रय पूर्वानुमान की विभिन्न प्रणालियों का वर्णन कीजिए ।
- (ख) विक्रय - बजट के मुख्य उद्देश्यों का विवेचन कीजिए । विक्रय-बजट तैयार करते समय किन कारकों को ध्यान में रखना चाहिए ।
- (ग) विक्रय-क्षेत्र से क्या तात्पर्य है ? विक्रय-क्षेत्रों की स्थापना करने के हित-लाभों को स्पष्ट कीजिए ।

OR / अथवा

- (a) Explain the different types of compensation plans followed for compensating sales-force. 7
- (b) Explain any **two** of the following :
- (i) Sources of recruitment of sales force
 - (ii) Methods of training sales-force
 - (iii) Process of Performance-Appraisal of Sales-force
- 4 + 4 = 8

- (क) विक्रय-बल की क्षतिपूर्ति के लिए अपनाई गई क्षतिपूर्ति-योजनाओं के विभिन्न प्रकारों को स्पष्ट कीजिए ।
- (ख) निम्नलिखित में से किन्हीं दो को स्पष्ट कीजिए :
- (i) विक्रय-बल की भर्ती के स्रोत ।
 - (ii) विक्रय-बल के प्रशिक्षण की विधियाँ ।
 - (iii) विक्रय-बल के निष्पादन मूल्यांकन की प्रक्रिया ।
-