

[This question paper contains 8 printed pages.]

5803

Your Roll No.

B.Com. (Hons.) / III

D

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. 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' के प्रवेश-प्राप्त छात्रों के लिए मान्य हैं। नियमित विद्यार्थियों के लिए इन अंकों का समानुपातिक पुनर्निर्धारण परीक्षाफल तैयार करते समय किया जाएगा।

P.T.O.

- (ii) इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

Answer all questions.

सब प्रश्न कीजिए।

1. (a) "Modern advertising has made the luxuries of yesterday, the necessities of today". It is the positive creating force in business. It makes two blades of grass grow in the business would where one grow before. Do you agree? Give reasons. (8)
- (b) What assumptions underlie the "all you can afford" and "competitive parity" approaches to setting advertising budgets? (7)

OR

- (a) Discuss the advantages of television as an advertising medium and the importance of these factors to major advertisers such as automobile Companies or packaged goods marketers. Discuss. (8)
- (b) In meeting with your new boss he informs you that the only goal of advertising and promotion is to generate sales. Present your arguments as to why communication objectives must also be considered. (7)

- (क) “आधुनिक विज्ञापन ने पहले की चीज़ों को विलास की वस्तुएँ और आज की अनिवार्य वस्तुएँ बना दिया है।” यह व्यवसाय में एक घनात्मक सर्जनात्मक बल है। यह घास की दो पत्तियों को व्यवसाय में वृद्धि करने देता है जिनमें से एक पहले बढ़ी हुई है। क्या आप इस कथन से सहमत हैं? कारण दीजिए।
- (ख) “वह सभी जिसे आप ले सकते हैं”, और “तुलनात्मक समानता” उपागमों के पीछे वे अभिग्रह कौन से हैं जो विज्ञापन का बजट तय करने सामने आते हैं?

अथवा

- (क) विज्ञापन माध्यम के रूप में टेलीविज़न के लाभों की विवेचना कीजिए और ऑटोमोबाइल कंपनियों अथवा पैकिंग किए हुए सामान के विपणकों जैसे प्रमुख विज्ञापनदाताओं को इन कारकों के महत्त्व को बताइए। विवेचन कीजिए।
- (ख) आपके नए बॉस से मिलने पर वह आपको सूचित करता है कि विज्ञापन और प्रवर्तन का एकमात्र लक्ष्य बिक्री बढ़ाना है। आप अपने तर्क प्रस्तुत कीजिए कि संप्रेषण उद्देश्य पर भी विचार क्यों किया जाना चाहिए।
2. (a) As the head of the Advertising Department of your company, you are to select a suitable advertising agency for an advertising Campaign for a new brand of scooters for ladies to be launched soon in the market. Which type of agency would you select and why? (8)

- (b) Copy decisions are linked to advertising objectives, budget and media choice. Explain the points you would consider in preparing advertising copy. (7)

OR

- (a) Children are considered as the most susceptible target audience. Do you agree with this viewpoint? Give your opinion supporting it with suitable examples. (8)
- (b) Discuss the two major perspectives of the economic impact of advertising “advertising equals market power” versus “advertising equals information”. (7)
- (क) आपकी कंपनी के विज्ञापन विभाग के मुखिया होने के नाते आपको बाजार में विज्ञापन के लिए एक उपयुक्त विज्ञापन एजेन्सी का चयन करना है। आप किस प्रकार की एजेन्सी को चुनेंगे और क्यों? यदि आपको स्कूटर के एक नए बांड को प्रस्तुत करने के लिए एक अभियान चलाना हो?
- (ख) कॉपी निर्णय, विज्ञापन उद्देश्यों, बजट और माध्यम के चयन से जुड़े होते हैं? विज्ञापन कॉपी तैयार करने में आप जिन बिंदुओं पर विचार करेंगे उनकी व्याख्या कीजिए।

अथवा

- (क) बच्चों को सबसे अधिक प्रभावित करने वाला लक्ष्य-श्रोता माना जाता है। क्या आप इस विचार से सहमत हैं? इसके समर्थन में अपने विचार उपयुक्त उदाहरण सहित दीजिए।

(ख) “विज्ञापन बाजार की शक्ति के बराबर होता है” बनाम विज्ञापन सूचना के बराबर होता है” इस विज्ञापन के आर्थिक प्रभाव के दो मुख्य परिप्रेक्ष्यों की विवेचना कीजिए।

3. (a) Briefly describe the personal selling process. How would the sales presentation differ in the following cases :

(i) Selling a Life Insurance policy

(ii) Selling Laptops

(iii) Presenting a new drug to physicians (8)

(b) Personal selling is a two way communication best suited to a company marketing consumer products with poor brand loyalty. Discuss. (7)

OR

(a) What is the difference between pre approach and approach in the selling process ? Are both essential, why ? (8)

(b) ‘Quotas’ can act as a ‘motivator’ as well as ‘demotivator’. Comment. (7)

(क) व्यक्तिगत बिक्री प्रक्रिया का संक्षेप में वर्णन कीजिए। निम्नलिखित केषों में बिक्री संबंधी प्रस्तुतीकरण भिन्न होगा :

(i) जीवन बीमा पॉलिसी बेचना

(ii) लैपटॉप बेचना

(iii) फिजीशियनों को नई औषधि के बारे में बताना

- (ख) व्यक्तिगत बिक्री दुत्तरफा संप्रेषण है उपभोक्ता उत्पादों का विपणन करने वाली कंपनियों के लिए सर्वाधिक उपयुक्त होता है जो ब्रांड में निष्ठा की दृष्टि से कमजोर है। विवेचन कीजिए।

अथवा

- (क) बिक्री प्रक्रिया में पूर्व उपागम और उपागम में क्या अंतर है ? क्या ये दोनों ही अनिवार्य हैं ? बताइए क्यों ?
- (ख) कोटा एक अभिप्रेरक और साथ ही विअभिप्रेरक के रूप में कार्य कर सकता है। टिप्पणी कीजिए।

4. (a) What are the forecasting methods that you would suggest for :

(i) A kitchen appliance to be newly introduced in Indian market.

(ii) A fitness machine targeted at the urban middle class. (8)

- (b) One sales manager claims he knows a good man when he sees one, and therefore, he does not bother to follow the so called scientific selection process. What can you offer to refute his claim? (7)

OR

- (a) Compensation plays a key role in motivating the salesforce. Discuss the role of monetary and non-monetary factors in motivating the sales force. (8)

(b) Appraisal is not criticism of a salesman's performance rather it is a help in his overall development. Comment. (7)

(क) ऐसी पूर्वानुमान विधियाँ क्या हैं जिन्हें आप निम्नलिखित के लिए सुझाएँगे :

(i) रसोईघर का उपकरण जिसे भारतीय बाज़ार में नए रूप में प्रस्तावित करना है ।

(ii) फिटनेस की मशीन जिसका लक्ष्य शहरी मध्यमवर्ग के लोग हैं ।

(ख) एक बिक्री प्रबंधक दावा करता है कि वह व्यक्ति को देखकर जान लेता है कि कौन अच्छा व्यक्ति है अतः वह तथाकथित वैज्ञानिक चयन प्रक्रिया का अनुसरण करने की परवाह नहीं करता है । उसके इस दावे को ग़लत बताने के लिए आप क्या तर्क दे सकते हैं ?

अथवा

(क) क्षतिपूर्ति, बिक्री-बल को अभिप्रेरित करने में मुख्य भूमिका निभाती है । बिक्री-बल को अभिप्रेरित करने में मौद्रिक और गैरमौद्रिक कारकों की भूमिका की विवेचना कीजिए ।

(ख) मूल्यांकन बिक्रीकर्ता के निष्पादन की आलोचना नहीं है वरन् उसके समग्र विकास में मदद करना है । टिप्पणी कीजिए ।

5. (a) Explain the various types of appeals used by advertisers to arouse consumer interest. (8)

P.T.O.

- (b) Modern industries Ltd has 120 sales representatives. Give your recommendation for allocating these representatives across sales territories. Support your recommendations. (7)

OR

- (a) What is false and deceptive advertising ? Explain with the help of examples. (8)
- (b) "Good salespeople are born, not made". Agree or disagree ? (7)
- (क) उपभोक्ताओं की रूचि जागृत करने के लिए विज्ञापकों द्वारा प्रयुक्त विभिन्न प्रकार की अपीलों की व्याख्या कीजिए ।
- (ख) मोडर्न इन्डस्ट्रीज़ लिमिटेड के 120 बिक्री प्रतिनिधि हैं । बिक्री-क्षेत्रों को इन प्रतिनिधियों को आबंटित करने के लिए आप अपनी सिफारिशें दीजिए ।

अथवा

- (क) झूठा और धोखे वाला विज्ञापन क्या होता है ? उदाहरण देकर व्याख्या कीजिए ।
- (ख) "अच्छे बिक्रीकर्ता जन्म से होते हैं, बनाए नहीं जाते ।" आप सहमत हैं या असहमत ?