

This question paper contains 4+2 printed pages]

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 5749

Unique Paper Code : 241510 D

Name of the Paper : Advertising and Personal Selling

Name of the Course : B.Com. (Hons.)

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

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

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।)

Note : — 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 हिंदी में से किसी एक भाषा में दीजिए परन्तु सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

Attempt all questions.

All parts of a question should be attempted together.

All questions carry equal marks.

सभी प्रश्न कीजिए।

प्रश्न के सभी भागों के उत्तर क्रमानुसार कीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. (a) "Advertising is economically beneficial but socially not justifiable." Comment.
- (b) What assumptions underlie the "All you can afford" and "Competitive parity" approaches to setting advertising budgets ?

P.T.O.

(क) "विज्ञापन आर्थिक दृष्टि से लाभप्रद है परन्तु सामाजिक दृष्टि से इसका औचित्य नहीं है।"

टिप्पणी कीजिए।

(ख) विज्ञापन बजट तय करने की विधि के रूप में "आप जितना खर्च कर सकते हैं" और "तुलनात्मक समानता" के पीछे अभिग्रह क्या हैं ?

Or

(अथवा)

(a) "Internet has emerged as a powerful medium of the millennium for advertising." Explain, in this context, the merits and demerits of advertising on the Internet.

(b) What is DAGMAR ? Explain how marketers use DAGMAR in establishing advertising objectives. List some of the problems associated with the use of DAGMAR ?

(क) "विज्ञापन के लिए इन्टरनेट इस सहस्राब्धि के लिए एक शक्तिशाली माध्यम के रूप में उभरा है।" इस संबंध में इन्टरनेट पर विज्ञापन के गुणों और दोषों की व्याख्या कीजिए।

(ख) DAGMAR क्या है ? विज्ञापन संबंधी उद्देश्यों को स्थापित करने में विपणनकर्ता DAGMAR का किस प्रकार प्रयोग करते हैं, समझाइए। DAGMAR के प्रयोग से संबद्ध समस्याओं में से कुछ की सूची दीजिए।

2. (a) Describe the essentials of a good advertising copy for TV.

(b) Enumerate the various appeals that can be considered while preparing an advertising copy.

(क) TV के लिए एक बढ़िया विज्ञापन प्रतिलिपि की अनिवार्य शर्तों का वर्णन कीजिए।

(ख) विज्ञापन प्रतिलिपि तैयार करते समय जिन विभिन्न आकर्षकों पर विचार किया जाना चाहिए उनका उल्लेख कीजिए।

Or

(अथवा)

(a) What are the objectives of measuring the effectiveness of advertising ?

(b) Children are considered to be the most susceptible target audience. Do you agree with this viewpoint ? Give your opinion supporting it with suitable examples.

(क) विज्ञापन की प्रभावशीलता को मापने के उद्देश्य क्या हैं ?

(ख) बच्चों को लक्ष्य श्रोताओं में सबसे अधिक प्रभाव्यता वाला माना जाता है।" क्या आप इस विचार से सहमत हैं ? उपयुक्त उदाहरण देकर अपने मत का समर्थन कीजिए।

3. (a) "Advertising and personal selling are complimentary." Explain.

(b) What is an advertising agency ? Explain the functions performed by an advertising agency.

(क) विज्ञापन देना और व्यक्तिगत रूप में बिक्री करना परस्पर पूरक हैं। व्याख्या कीजिए।

(ख) विज्ञापन एजेन्सी क्या होती है ? विज्ञापन एजेन्सी द्वारा निष्पादित कार्यों की व्याख्या कीजिए।

P.T.O.

Or

(अथवा)

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

(b) The three things : Law, Code of Conduct and Ethics are the trimurthi of advertising standards which help in creating a healthy advertising environment. Comment.

(क) व्यक्तिगत बिक्री दोतरफा संचार क्रिया होती है जो निम्न ब्रांड वाले उपभोक्ता उत्पादों का विपणन करने वाली कम्पनी के लिए सबसे उपयुक्त है। विवेचन कीजिए।

(ख) विज्ञापन मानकों की त्रिमूर्ति में तीन चीजें हैं यथा कानून, आचरण संहिता और आचार नीति जो स्वस्थ विज्ञापन पर्यावरण के सृजन में मदद करती हैं। टिप्पणी कीजिए।

4. (a) Explain the process of effective selling.

(b) What do you mean by consumer buying motives ? Describe the various types of buying motives ?

(क) प्रभावी बिक्री प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।

(ख) उपभोक्ता के क्रय अभिप्रेरणों से आप क्या समझते हैं ? क्रय अभिप्रेरणों की विभिन्न किस्मों का वर्णन कीजिए।

Or

(अथवा)

(a) What types of objections do customers raise in personal selling? Explain the methods and precautions which sales people should use while handling such objections.

(b) 'Sales Quotas' can act as a 'motivator' as well as 'de-motivator' for sales persons.

Comment.

(क) व्यक्तिगत रूप में बिक्री करने पर उपभोक्ता किस प्रकार की आपत्तियाँ प्रस्तुत करते हैं? ऐसी आपत्तियों को दूर करने में बिक्रीकर्ताओं द्वारा प्रयोग में ली जाने वाली विधियों और पूर्वोपायों की व्याख्या कीजिए।

(ख) 'बिक्री-कोटा' बिक्री करने वाले व्यक्तियों के लिए एक अभिप्रेरक के रूप में और साथ ही एक अनभिप्रेरक के रूप में कार्य कर सकता है।

(a) "Sales people need to be continuously trained in order to make them competitively fit."

Comment.

(b) Discuss the procedure commonly adopted for selection of sales personnel.

(क) बिक्री करने वालों को लगातार प्रशिक्षण देने की आवश्यकता होती है जिससे कि वे प्रतिस्पर्धात्मक रूप में फिट बन जाएँ। टिप्पणी कीजिए।

(ख) बिक्री कर्मचारियों के चयन के लिए सामान्यतः अपनाई जाने वाली प्रविधि की विवेचना कीजिए।

P.T.O.

Or

मानव संसाधन
(अथवा)

(a) What should be the essential features of a compensation plan so as to effectively motivate sales personnel ?

(b) "Appraisal is not criticism of a sales person's performance, rather it is a help in his overall development." Comment.

(क) बिक्री कर्मचारियों को प्रभावी रूप में अभिप्रेरित करने के लिए प्रतिपूर्ति योजना की अनिवार्य विशेषताएँ क्या होनी चाहिए ?

(ख) 'मूल्यांकन, बिक्रीकर्ता के निष्पादन की आलोचना नहीं होती बल्कि उसके समग्र विकास में इससे मदद मिलती है।' टिप्पणी कीजिए।