

[This question paper contains 6 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 5542

F

Roll No.....

Unique Paper Code : 241510

Name of the Paper : Advertising and Personal Selling

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

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. All questions are compulsory.
3. All questions carry equal marks.
4. Answers must be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) "Money Spent on advertising is an investment and is not wasteful". Do you agree ? Discuss.

P.T.O.

- (b) What are the difference between rational and emotional advertising appeal ? Which of the two should be preferred and why ?

OR

- (a) "Problems of Marketing communication for a brand can be solved through advertising only". Discuss the statement in the light of IMC perspective. Explain the process of developing integrated Marketing communication.
- (b) What is an in-house advertising agency ? What are the advantages and limitations of having an in-house advertising arrangements ?
- (क) विज्ञापन पर किया गया खर्च एक प्रकार का निवेश है और अपव्यय नहीं है। क्या आप सहमत हैं ? विवेचन कीजिए।
- (ख) तार्किक और संवेदनात्मक विज्ञापन अपील में क्या अंतर है ? इनमें से किसे अधिमान्यता दी जानी चाहिए और क्यों ?

अथवा

- (क) 'ब्रांड के लिए विपणन संचार की समस्याओं का समाधान केवल विज्ञापन द्वारा किया जा सकता है।' IMC परिप्रेक्ष्य के प्रकाश में इस कथन की विवेचना कीजिए। समेकित विपणन संचार को विकसित करने की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।
- (ख) अपने घर की विज्ञापन एजेंसी क्या है ? अपने घर की विज्ञापन व्यवस्थाओं को रखने के लाभ और सीमाएँ क्या हैं ?
2. (a) Discuss the merit and demerits of radio as an advertising medium.
- (b) Z co. is a wholesaler dealer of certain industrial raw material. The number of buyers that the company serves is small, but the buyers place high orders. The company wants to advertise through yellow pages advertising and direct mail advertising in order to increase sales. Which media will be more suitable for the purpose and why ?

OR

- (a) Explain the role of music in selling a new cellular services product in the context of Indian market.
- (b) What is media scheduling ? Explain various patterns of media schedules.
- (क) विज्ञापन माध्यम के रूप में रेडियो के गुणों और दोषों की विवेचना कीजिए ।
- (ख) 'Z' कंपनी विशेष औद्योगिक कच्चे माल का होलसेल डीलर है । जिन क्रेताओं के साथ यह व्यापार करती है उनकी संख्या कम है परंतु ये क्रेता उच्च मात्रा में आदेश देते हैं । कंपनी बिक्री बढ़ाने के उद्देश्य से पीले पन्नों में विज्ञापन के ज़रिए और प्रत्यक्ष डाक के ज़रिए विज्ञापन करना चाहती है । इस उद्देश्य के लिए कौनसा माध्यम अधिक उपयुक्त होगा और क्यों ?

अथवा

- (क) भारतीय बाजारों के संदर्भ में नई सेल्यूलर सेवाओं के उत्पाद को बेचने में संगीत की भूमिका की व्याख्या कीजिए ।
- (ख) माध्यम अनुसूचीयन क्या होता है ? माध्यम अनुसूचीय के विभिन्न नमूनों की व्याख्या कीजिए ।
3. (a) What is false and deceptive advertising ? Explain & exemplify.
- (b) Differentiate between the "top-down" budgeting and "bottom-up" budgeting while setting advertising budgets. Briefly explain the "objectives and Task" method of setting an advertising budget.

OR

- (a) Find a newspaper advertisement which you think is bland . Rewrite it, first to show a hard sell approach and then show a soft sell approach.
- (b) Compare and contrast "Push & Pull" strategies of promotion.
- (क) ग़लत और धोखा देने वाले विज्ञापन क्या होते हैं ? व्याख्या कीजिए और उदाहरण दीजिए ।
- (ख) ऊपर से नीचे बजट बनाने और नीचे से ऊपर बजट बनाने में, विज्ञापन बजटों को तय करते समय, अंतर बताइए । संक्षेप में विज्ञापन बजट को सैट करने की "उद्देश्यों" और "कृत्यों" की बिक्री की संक्षेप में व्याख्या कीजिए ।

अथवा

(क) अखबार के ऐसे विज्ञापन का पता लगाइए जिसे आप ब्लैंड मानते हैं। उसे फिर से लिखिए पहले कठोर बिक्री उपागम को प्रदर्शित करने के लिए और फिर मुलायम बिक्री उपागम को प्रदर्शित करने के लिए।

(ख) पदोन्नति की 'दाब कर्षण' रणनीतियों की तुलना और विरोध की व्याख्या कीजिए।

4. (a) "While measuring advertising effectiveness both communications effects and sales effects should be judge." Explain.
- (b) Suggest ways to develop cordial relations between advertising agency and clients.

OR

(a) "Selling as very promising career for efficient people." Do you agree? Explain giving the unique features of an effective sales person.

(b) Answer these statements giving reasons.

(i) People donot buy a service products or an idea, they buy the happiness that comes from buying that products.

(ii) I mentally walk in other people's shoes in order to see things from their perspectives.

(क) विज्ञापन की प्रभावशीलता को मापते समय, संचार प्रभावों और बिक्री प्रभावों दोनों की जाँच करनी चाहिए। व्याख्या कीजिए।

(ख) विज्ञापन एजेन्सी को ग्राहकों के बीच मधुर संबंध विकसित करने के तरीके सुझाइए।

अथवा

(क) "विक्रय, दक्ष लोगों के लिए अत्यंत आशावादी कैरियर के रूप में होता है।" क्या आप सहमत हैं? प्रभावी विक्रेता की अद्वितीय विशेषताओं को देकर व्याख्या कीजिए।

(ख) कारण बताकर निम्नलिखित कथनों के उत्तर दीजिए :

- (i) लोग सेवा उत्पादों अथवा विचारों को नहीं खरीदते बल्कि वे खुशी को खरीदते हैं जो उस उत्पाद के क्रय करने पर मिलती है।
- (ii) मैं अन्य लोगों के जूतों में कदम रखता है ताकि चीजों को उनके परिप्रेक्ष्यों में देख सकूँ।

5. (a) Give the types of salesman when they are required by the (i) manufacturers & (ii) retailers.
- (b) "Qualitative and quantitative approaches are equally important for performances appraisal of sales person". Explain.

OR

- (a) As a salesman how would you handle the following objections raised by customers at the end of sales presentations.
- (i) Over priced product
- (ii) Poor quality product
- (iii) Past experience with the company and its products
- (b) As a sales manager for a baby food manufacturer, you want to evaluate the ability of your sales representative to secure good shelf space in grocery store. How would you do this ?
- (क) (i) निर्माताओं और (ii) खुदरा विक्रेताओं के लिए आवश्यक विक्रेता के प्रकार बताइए।
- (ख) "गुणात्मक और मात्रात्मक दृष्टिकोण बिक्री व्यक्ति के प्रदर्शन के मूल्यांकन के लिए समान रूप से महत्वपूर्ण हैं।" के बारे में बताएँ।

अथवा

(क) सेल्समैन के रूप में आप बिक्री प्रस्तुतीकरण के समाप्त होने पर ग्राहकों द्वारा उठाई गई निम्नलिखित आपत्तियों का समाधान कैसे करेंगे ?

(i) अधिक कीमत वाले उत्पाद

(ii) घटिया किस्म के उत्पाद

(iii) कंपनी के साथ पिछला अनुभव और उसके उत्पाद

(ख) बेबी फूड के निर्माता के लिए बिक्री प्रबंधक के रूप में आप अपने बिक्री प्रतिनिधि की योजना का मूल्यांकन ग्रासरी स्टोर में शेल्फ में अच्छी जगह प्राप्त करने के लिए, करना चाहते हैं। आप यह कैसे करेंगे ?