[This question paper contains 8 printed pages.]

687 *Your Roll No.* ....

B.Com. (Hons.) / III **C**

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.)

Qapaper. Com

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

P.T.O.

(ii) इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेज़ी 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 is multidimensional. It is a form of Communication, a powerful marketing tool, a Component of the economic system, a means of financing the mass media, a social institution, an art form, an instrument of business management, a field of employment and a profession. Critically examine the statement. (8)

   (b) Which method of setting advertising budget is considered as the most scientific and objective? Why? (7)

OR

   (a) Explain in different forms that advertisers might use to advertise on the internet. Discuss some of the advantages and disadvantages associated with each. (8)

Qapaper.com

(b) Explain the role of audience selection in advertising. (7)

(क) विज्ञापन बहुविमीय होता है ? यह संचार का एक रूप है जो एक शक्तिशाली विपणन उपकरण, आर्थिक प्रणाली का एक घटक, जनसंपर्क साधन, एक सामाजिक संस्था, कला का एक रूप, व्यवसाय प्रबंध का एक उपकरण, नियोजन का एक क्षेत्र और व्यवसाय है। इस कथन की आलोचनात्मक जाँच कीजिए।

(ख) विज्ञापन बजट को सैट करने की किस विधि को सबसे अधिक वैज्ञानिक और उद्देश्यपरक माना जाता है ? क्यों ?

Qapaper. Com

अथवा

(क) उन भिन्न रूपों की व्याख्या कीजिए जिन्हें विज्ञापनदाता इन्टरनेट पर विज्ञापित करने के लिए प्रयोग में ले सकते हैं। प्रत्येक से संबंधित कुछेक लाभों और दोषों की विवेचना कीजिए।

(ख) विज्ञापन में स्रोता चयन की भूमिका की व्याख्या कीजिए।

2. (a) What are the differences between rational and emotional advertising appeals and the factors that would lead to the use of one over other. Give examples of advertising Campaigns that use each type of appeal and discuss the reasons why it is used by the advertisers ? (8)

(b) After the execution of a full Campaign, is it necessary to measure its effectiveness. Give justification in support of your answer. (7)

OR

(a) If you were to select an advertising agency to develop and implement a Campaign for a new Honda sports car, what agency attributes would you consider more important ? (8)

(b) Discuss the role the media play in the self regulation of advertising. Do you think media self regulation is an effective way of protecting consumers from offensive or misleading advertising ? (7)

Qapaper. Com

(क) तार्किक और संवेदनात्मक विज्ञापन अपीलो और कारकों में अंतर बताइए जिनकी वजह से एक पर दूसरे का प्रयोग होने लगेगा। विज्ञापन-अभियानों का उदाहरण दीजिए जिनमें प्रत्येक किस्म की अपील इस्तेमाल में ली गई है और कारण बताइए कि विज्ञापनदाताओं द्वारा इसका प्रयोग क्यों किया गया है ?

(ख) पूर्ण अभियान के निष्पादन के बाद क्या उसकी प्रभाविता को मापना आवश्यक होता है ? अपने उत्तर के समर्थन में औचित्य बताइए।

अथवा

(क) यदि आपको एक नई होंडा स्पोर्ट्स कार के लिए अभियान को विकसित करने और कार्यान्वित करने के लिए विज्ञापन एजेन्सी को

चुनना हो तो आप एजेन्सी की किन विशेषताओं को अधिक महत्त्वपूर्ण मानेगें ?

(ख) विज्ञापन के स्वनियमन में माध्यम की भूमिका का विवेचन कीजिए। क्या आप ऐसा सोचते हैं कि माध्यम स्वनियमन आक्रामक अथवा भ्रामक विज्ञापन से उपभोक्ताओं की सुरक्षा का एक प्रभावी तरीका है ?

3. (a) Describe in brief various steps in the personal selling process. (8)

(b) How would you handle these objections raised at the end of a sales presentation ?

(i) The price is too high

(ii) Your warranty period is too short

(iii) I do not want to do business with your firm (7)

Qapaper.Com

OR

(a) If you are a sales representative for a vaccum cleaner, what prospect information would you want to obtain prior to making a sales presentation ? How will you make the presentation and handle various types of objections ? (8)

(b) Discuss the main objectives of a sales budget. What factors need to be considered while preparing a sales budget ? (7)

(क) व्यक्तिगत विक्रय प्रक्रिया के विभिन्न चरणों का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

(ख) बिक्री-प्रस्तुतीकरण के समाप्त होने पर उठाई गई इन आपत्तियों का सामना आप कैसे करेंगे ?

(i) कीमत बहुत अधिक है

(ii) आपकी वारंटी अवधि बहुत छोटी है

(iii) में आपकी फर्म के साथ व्यवसाय नहीं करना चाहता

Qapaper.Com

अथवा

(क) यदि आप वैक्यूम क्लीनर के लिए बिक्री प्रतिनिधि हैं तो आप बिक्री प्रस्तुतीकरण से पहले कौनसी संभावित सूचनाएँ प्राप्त करना चाहेंगे ? आप प्रस्तुतीकरण कैसे करेंगे और आपत्तियों की विभिन्न किस्मों का समाधान कैसे करेंगे ?

(ख) बिक्री बाजार के मुख्य उद्देश्यों की विवेचना कीजिए। बिक्री बजट तैयार करते समय किन कारकों पर विचार करना आवश्यक है ?

4. (a) Why is motivation of salesforce more important than for employees in any other sphere of activity ? (8)

(b) "Some people believe that money spent on training goes waste while others consider it an investment in human resources". Comment upon the statement giving your viewpoint. (7)

OR

(a) Describe the advantages and disadvantages of different Compensation methods ? (8)

(b) What is a sales territory ? Explain the benefits of establishing sales territories. (7)

(क) बिक्री-बल का अभिप्रेरण, कर्मचारियों के लिए किसी अन्य गतिविधि के लिए अभिप्रेरण से अधिक महत्त्वपूर्ण है ?

Qapaper.com

(ख) "कुछ लोगों का ऐसा विश्वास है कि प्रशिक्षण पर किया गया खर्च बेकार जाता है जबकि अन्य इसे मानव संसाधन में निवेश मानते हैं।" अपने दृष्टिकोण को बताते हुए इस कथन पर टिप्पणी कीजिए।

अथवा

(क) क्षतिपूर्ति की विभिन्न विधियों के लाभों और हानियों का वर्णन कीजिए।

(ख) बिक्री-क्षेत्र क्या होता है ? बिक्री क्षेत्रों की स्थापना के लाभों की व्याख्या कीजिए।

5. (a) Mention the various types of advertising with examples. (8)

(b) Explain the AIDA's theory of selling. (7)

OR

(a) How personal selling differs from advertising. Discuss the changing role of personal selling. (8)

(b) You are asked to prepare an advertising copy for a brand of shampoo to be inserted in a magazine. Explain the points you will consider in preparing such a copy. (7)

(क) विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों का उल्लेख कीजिए और उदाहरण दीजिए।

(ख) बिक्री के AIDA सिद्धांत की व्याख्या कीजिए।

Qapaper. Com

अथवा

(क) व्यक्तिगत बिक्री किस प्रकार विज्ञापन से भिन्न है। व्यक्तिगत बिक्री की बदलती भूमिका की विवेचना कीजिए।

(ख) आपसे एक ब्रांड शैम्पू के लिए विज्ञापन कॉपी तैयार करने को कहा गया है जो कि मैगजीन में छपवाना है। ऐसी कॉपी तैयार करने में आप जिन बिंदुओं पर विचार करेंगे उनकी व्याख्या कीजिए।