

B.Com. (Hons.) / III

G

**Paper XXIV— ADVERTISING AND PERSONAL
SELLING**

(C-309)

Time : 3 hours

Maximum Marks : 75

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

NOTE:— *Answers may be written either in English or in
Hindi; but the same medium should be used
throughout the paper.*

टिप्पणी:— *इस प्रश्नपत्र का उत्तर अंग्रेज़ी या हिन्दी किसी एक
भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही
होना चाहिए।*

*Attempt all questions. All the parts of a question
should be attempted together.*

Marks are indicated against each question.

*सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। एक प्रश्न के
सभी भागों के उत्तर एक साथ दीजिये।
सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।*

PART A (भाग अ)

1. (a) What is advertising? In what respect is it
beneficial for both the firm and the consumer?

P.T.O.

विज्ञापन क्या होता है? फर्म तथा ग्राहक दोनों के लिये यह किस रूप में लाभदायक है? 7

(b) Which advertising media would you suggest for the following products? Give reasons in support of your answer.

(i) Tourist Resort

(ii) Business School.

निम्नलिखित उत्पादों के लिये आप किस विज्ञापन माध्यम को सुझायेंगे? अपने उत्तर के समर्थन में कारण दीजिये।

(i) पर्यटक रिज़ोर्ट

(ii) व्यावसायिक विद्यालय। 8

Or (अथवा)

(a) Task and Objective Method is considered to be the most scientific method of setting the advertising budget. Do you agree? Explain.

कार्य और उद्देश्य विधि को विज्ञापन बजट को तय करने की सबसे वैज्ञानिक विधि माना जाता है। क्या आप सहमत हैं? व्याख्या कीजिए। 7

(b) Differentiate between:

निम्नलिखित में अंतर बताइए:

(i) Consumer Advertising and Industrial Advertising

उपभोक्ता विज्ञापन और औद्योगिक विज्ञापन

(ii) Idea Advertising and Service Advertising.

विचार का विज्ञापन और सेवा का विज्ञापन । 8

PART B (भाग ब)

2. (a) What are the essential features of an advertising copy prepared for print media?

प्रिंट माध्यम के लिये तैयार की गई विज्ञापन प्रति की अनिवार्य विशेषताएँ क्या हैं? 7

- (b) Should effectiveness of advertising be measured? If yes, what should be the subject-matter of measurement?

क्या विज्ञापन की प्रभावशीलता को मापना चाहिये? यदि हाँ तो मापने की विषयवस्तु क्या होनी चाहिये? 8

Or (अथवा)

- (a) What are the advantages and limitations of having an in-house advertising agency?

इन-हाउस विज्ञापन एजेंसी रखने के लाभों और सीमाओं को बताइये। 7

- (b) Enumerate the various appeals that can be considered while preparing an advertising copy. Substantiate giving real-life examples.

विज्ञापन प्रति को तैयार करते समय जिन विभिन्न अपीलों पर विचार किया जा सकता है उनका विवरण दीजिये। वास्तविक जीवन के उदाहरणों को देकर अपने मत की पुष्टि कीजिये। 8

P.T.O

3. (a) Write a note on misleading advertisements.

मामक विज्ञापनों पर टिप्पणी लिखिये। 7

- (b) To be successful, what type of knowledge should a salesperson possess about the product and the market?

सफल होने के लिए एक बिक्रीकर्ता को उत्पाद और बाज़ार के बारे में किस प्रकार की जानकारी होनी चाहिये? 8

Or (अथवा)

- (a) Explain the legal provisions for advertising in India.

भारत में विज्ञापन के लिये विधिक व्यवस्थाओं की व्याख्या कीजिए। 7

- (b) Mr. X wants to be a good salesman. What qualities should he possess or acquire for this purpose?

X एक अच्छा सेल्समैन बनना चाहता है। इस उद्देश्य के लिये उसमें क्या योग्यताएँ होनी चाहिये या अर्जित करनी चाहिये? 8

PART C (भाग स)

4. (a) What is a sales presentation? What are the different types of formats available to a salesperson?

विक्रय प्रस्तुतीकरण क्या होता है? बिक्रीकर्ता को उपलब्ध विभिन्न प्रकार के फॉर्मेट क्या हैं? 7

(b) Write notes on:

(i) Pre-approach

(ii) Approach.

निम्नलिखित पर टिप्पणी लिखिए:

(i) पूर्वउपागम

(ii) उपागम।

8

Or (अथवा)

(a) What role does dramatizing play in a presentation? Suggest ways to make a presentation more effective.

प्रस्तुतीकरण में नाटकीकरण क्या भूमिका अदा करता है ?
प्रस्तुतीकरण को अधिक प्रभावी बनाने के तरीके सुझाइए। 7

(b) Write notes on:

(i) Closing a sale

(ii) Customer follow-up.

निम्नलिखित पर टिप्पणी लिखिए:

(i) बिक्री समाप्त करना

(ii) ग्राहक अनुवर्तन

8

5. (a) What is sales forecasting? Which method of sales forecasting is considered to be most appropriate and why?

बिक्री पूर्वानुमान क्या होता है ? बिक्री पूर्वानुमान की कौनसी विधि अधिक उपयुक्त मानी जाती है और क्यों ? 7

P.T.O

- (b) Discuss the essential requirement of an effective compensation plan for sales personnel.

बिक्री-कार्मिकों के लिये प्रभावी प्रतिपूरक की अनिवार्य अपेक्षाओं की विवेचना कीजिये। 8

Or (अथवा)

- (a) What are sales territories? Enumerate the reasons for setting up such territories.

बिक्री के क्षेत्र क्या हैं? ऐसे क्षेत्रों की स्थापना के लिए कारक बताइए। 7

- (b) Discuss the steps involved in the selection process of sales personnel.

बिक्री कार्मिकों की चयन प्रक्रिया से संबंधित विभिन्न चरणों की विवेचना कीजिये। 8