W-2009

AD – 352

Fourth Semester M. Com. - I Examination

(Optional Group - B)

ADVERTISING AND SALES MANAGEMENT

Paper - 402 - B (I)

Time : Three Hours] [Max. Marks : 80

N. B. : (1) All questions are compulsory.
(2) All questions carry equal marks.

1. (a) Explain the meaning of 'advertisement' and discuss advertising as a tool of marketing. 16

OR

(b) Explain in detail ; The planning and scheduling the advertising media. 16

2. (a) Discuss by explaining 'DAGMAR' approach for measuring advertising effectiveness. 16

OR

(b) Explain the co-relationship between advertising media selection' and 'sales promotion'. 16

3. (a) Explain the various steps of 'Selling Process' of Salesman. 16

OR

(b) Explain in detail the various principles of determining the sales organisation. 16

4. (a) What is sales forecasting ? Discuss sales quotas. 16

OR

(b) What is 'sales conference.' Explain its objects and write advantages and disadvantages. 16

5. (a) Discuss — 'Every salesman must have knowledge about the Product and Consumers.' 16

OR

(b) Critically examine the compensation and promotion policies of salesman. 16

(मराठी माध्यम)

सूचना : (१) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक.
(२) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

१. (अ) जाहिरातीचा अर्थ स्पष्ट करून 'जाहिरात हे विपणनातील एक हत्यार' यावर चर्चा करा. १६

किंवा

(ब) जाहिरात माध्यमांचे नियोजन आणि अनुसूचियनावर सविस्तर स्पष्टीकरण करा. १६

२. (अ) जाहिरातीच्या प्रभाव मापनाकरीता डॅगमार (DAGMAR) प्रारुपाची संकल्पना विशद करा. १६

किंवा

(ब) जाहिरात माध्यमाच्या निवडीचा विक्रय संवर्धनाशी सह संम्बध स्पष्ट करा. १६

३. (अ) विक्रेत्यांच्या विक्रय प्रक्रियेतील विविध टप्पे स्पष्ट करा. १६

किंवा

(ब) विक्रय संघटना निर्धारणाची विविध तत्वें सविस्तर स्पष्ट करा. १६

४. (अ) विक्रय पूर्वानुमान म्हणजे काय ? सविस्तर स्पष्टीकरण देऊन विक्रय अभ्यंशावर भाष्य करा. १६

किंवा

(ब) विक्रय परिषद म्हणजे काय ? उद्देश सांगून, फायदा-तोट्यावर चर्चा करा. १६

५. (अ) 'प्रत्येक विक्रेत्याला वस्तु आणि उपभोक्त्याबद्दल सविस्तर माहिती असणे अनिवार्य आहे' - चर्चा करा. १६

किंवा

(ब) विक्रेत्यांच्या मोबदला आणि संवर्धनात्मक धोरणाचे टिकात्मक परीक्षणक करा. १६

(हिन्दी माध्यम)

सूचनाएँ : (१) सभी प्रश्न हल कीजिये।
(२) सभी प्रश्नों को समान अंक हैं।

१. (अ) विज्ञापन का अर्थ स्पष्ट कर "विज्ञापन विपणन का हत्यार है" - स्पष्ट कीजिए। १६

अथवा

(ब) विज्ञापन माध्यम का नियोजन और अनुसूचियन पर विस्तारपूर्वक विवेचन कीजिए। १६

२. (अ) विज्ञापन के प्रभाव मापन हेतु डॅगमार (DAGMAR) पर सविस्तर चर्चा कीजिए। १६

अथवा

(ब) विज्ञापन माध्यम का चयन तथा विक्रय संवर्धन का सहसम्बध स्पष्ट कीजिये। १६

३. (अ) विक्रेताओं के विक्रय प्रक्रिया के विभिन्न अवस्थाओं का स्पष्टीकरण कीजिए। १६

अथवा

(ब) विक्रय संघटना निर्धारण की विभिन्न तत्वों का स्पष्टीकरण कीजिए। १६

४. (अ) 'विक्रय पूर्वानुमान' का अर्थ स्पष्ट कर, विक्रय अभ्यंश पर चर्चा कीजिए। १६

अथवा

(ब) 'विक्रय परिषद' — अर्थ, उद्देश बताकर उसके लाभ-हानी पर चर्चा कीजिए। १६

५. (अ) हर विक्रेता को उत्पाद एवं उपभोक्ता के बारे में सविस्तर जानकारी होना अनिवार्य है — चर्चा कीजिए। १६

अथवा

(ब) विक्रेताओं का पारिश्रमीक एँवं संवर्धनात्मक नीति पर टिकात्मक परिक्षण कीजिए। १६