

M.Com. (Semester-IV) Examination
(B) ADVERTISING AND SALES MANAGEMENT

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

- Note:-** (1) Attempt all FIVE questions.
(2) All questions carry equal marks.

1. (a) Write in detail about the effect of advertising on consumer behaviour. 16

OR

- (b) "None of the products and services sustain in the market without advertisement". Discuss this statement giving proper and relevant illustrations. 16
2. (a) Explain how media selection is decided upon. Also what media of advertisement will you suggest for a cell phone and why? 16

OR

- (b) Write the process of message development. Write what appeal should be made for a baby food product and why? 16
3. (a) Why is sales planning necessary? How is it done? 16

OR

(b) Define sales management and write its objectives in detail. 16

4. (a) Describe the governing principles of determining sales organisation. 16

OR

(b) Write how sales volume, cost and profitability are analysed and controlled? 16

5. (a) How is the sales force in pharmaceutical companies motivated? Elaborate the pros and cons. 16

OR

(b) Do you think the personnel associated with sales force get demoralized? Justify if your answer is "No" and give ways to bring him out of this state if the answer is 'Yes'. 16

(मराठी माध्यम)

सूचना:- (1) पाच ही प्रश्न सोडवा.
(2) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

1. (अ) जाहिरातीच्या ग्राहक वर्तणुकीवर होणाऱ्या परिणामाबाबत विस्तृतपणे लिहा. 16

किंवा

(ब) "कोणतेही उत्पाद आणि सेवा जाहिराती शिवाय बाजारपेठेत टिकू शकत नाही" या विधानाची योग्य व संबंधित उदाहरणे देऊन चर्चा करा. 16

4. (अ) विक्रय संगठन निर्धारण करणेवाले नियामक तत्त्वों का वर्णन कीजिये। 16

अथवा

(ब) विक्रय मात्राएँ, लागत तथा लाभदायकता का विश्लेषण तथा नियंत्रण कैसे किया जाता है लिखिये। 16

5. (अ) दवा कंपनियों में विक्रय दल के कर्मचारियों को कैसे प्रेरित किया जाता है? इसके समर्थन में एवम् विरोध में विस्तार से लिखिये। 16

अथवा

(ब) विक्रय समूह के कर्मचारियों का मनोधैर्य गिरता है ऐसा आपको लगता है क्या? आपका जवाब नहीं है तो उसका समर्थन कीजिये और अगर 'हाँ' है तो उसे उसमें से बाहर निकलने के मार्ग बतलाइये। 16

2. (अ) जाहिरात माध्यम निवडीचे निर्णय कसे घेतले जातात ?
तसेच (Mobile) भ्रमणध्वनीयंत्रा करिता कोणती जाहिरात
माध्यमे सुचवाल व का ? 16

किंवा

- (ब) संदेश विकासाची प्रक्रिया लिहा. लहान मुलांच्या खाद्य
पदार्थाकरीता कोणते आवाहन कराल आणि का, ते लिहा.
16

3. (अ) विक्रय नियोजन का आणि कसे केले जाते ? 16

किंवा

- (ब) विक्रय व्यवस्थापनाची व्याख्या द्या आणि त्याचे उद्देश्य
विस्तृतपणे लिहा. 16

4. (अ) विक्रय संघटन निर्धारणाच्या नियामक तत्वांचे वर्णन
करा. 16

किंवा

- (ब) विक्रयमात्रा, पारिव्यय व लाभक्षमतेचे विश्लेषण व नियंत्रण
कसे केले जाते ते लिहा. 16

5. (अ) औषधी कंपन्यांमधील विक्रय कर्मचाऱ्यांना कसे प्रेरित केले
जाते ? योग्य आणि अयोग्य बाजू विस्तारित करा.
16

किंवा

- (ब) विक्रय गटातील कर्मचाऱ्यांचे मनोद्वैर्य खचते असे आपणास
वाटते का ? आपले उत्तर नाही असल्यास समर्थन करां
व जर हो असेल तर त्यास या स्थितीतून बाहेर काढण्याचे
मार्ग सुचवा. 16

(हिन्दी माध्यम)

- सूचना:- (1) सभी पाँच प्रश्न कीजिये।
(2) सभी प्रश्नों के समान अंक हैं।

1. (अ) उपभोक्ता आचरण पर विज्ञापन के होनेवाले परिणाम के बारे में विस्तारपूर्वक लिखिये। 16

अथवा

- (ब) "कोई भी उत्पाद तथा सेवा, विज्ञापन के बगैर बाजार में टिक नहीं सकती। इस कथन की उचित तथा संबंधित उदाहरण देकर चर्चा कीजिये। 16

2. (अ) विज्ञापन माध्यम चयन के निर्णय किस प्रकार लिये जाते हैं स्पष्ट कीजिये। भ्रमणध्वनीयंत्र (मोबाइल) के विज्ञापन के लिये कौन से माध्यम सुझायेंगे तथा क्यों ? 16

अथवा

- (ब) संदेश विकास की प्रक्रिया लिखिये। छोटे बच्चों के खाद्यपदार्थ के किये कौन सा आवाहन (appeal) करेंगे और क्यों ? लिखिये। 16

3. (अ) ट्रिकय नियोजन क्यों और कैसे किया जाता है ?

16

अथवा

- (ब) ट्रिकय प्रबंधन की परिभाषा दीजिये तथा उसके उद्देश्य विस्तृत रूप से लिखिये। 16