

(ख) क्या बिक्री पक्की होने के बाद कस्टमर फॉलो-अप पर पैसा खर्च करना उचित है? चर्चा कीजिए।

6. Attempt any **three** of the following : (3×5=15)

- (a) Audience Selection
- (b) Humorous Copy
- (c) Importance of Layout
- (d) Buying Motives
- (e) Customer Follow-up
- (f) AIDAS Model of Personal Selling

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

- (क) दर्शकों का चयन
- (ख) हास्यास्पद कॉपी
- (ग) लेआउट का महत्व
- (घ) उत्पाद क्रय प्रेरणाएं
- (ङ) कस्टमर फॉलो-अप
- (च) व्यक्तिगत बिक्री का AIDAS मॉडल

11/5/22 (E)

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 680

A

Unique Paper Code : 52413613

Name of the Paper : Advertising, Personal Selling and Salesmanship

Name of the Course : B.Com.

Semester : VI

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. Attempt any **FIVE** questions.
3. **All** the parts of a question should be attempted together.
4. Answers may 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. किन्हीं भी पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
 3. एक प्रश्न के सभी भागों को एक साथ हल करने का प्रयास करना चाहिए।
 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) "The enemies of advertising are the enemies of freedom" – David Ogilvy. Comment.
 - (b) What is an advertising budget? Discuss any three important methods of setting the advertising budget.

OR

- (a) Explain the DAGMAR Model.
- (b) Differentiate between
 - (i) Primary Demand vs. Selective Demand Advertising
 - (ii) Consumer Advertising vs. Industrial Advertising

5. (a) What types of objections do customers generally raise in personal selling?
- (b) Explain the various methods that can be adopted by a salesperson in the "Approach" stage of personal selling process.

OR

- (a) What is prospecting? Explain the methods of identifying the prospects in personal selling.
 - (b) Is it worth spending money on Customer follow-up after the sale has been closed? Discuss.
- (क) व्यक्तिगत बिक्री में ग्राहक आमतौर पर किस प्रकार की आपत्तियाँ उठाते हैं?
 - (ख) व्यक्तिगत बिक्री प्रक्रिया के "दृष्टिकोण" चरण में एक विक्रेता द्वारा अपनाई जा सकने वाली विभिन्न विधियों की व्याख्या कीजिए।

या

- (क) पूर्वेक्षण क्या है? व्यक्तिगत बिक्री में पूर्वेक्षणों की पहचान करने के तरीकों की व्याख्या कीजिए।

4. (a) Advertising and Personal Selling are two competing methods of promotion. Comment.
- (b) The objective of personal selling is not to close a sale but build long term relationships. Elaborate.

OR

- (a) What qualities are expected to be possessed to become a successful salesperson?
- (b) Discuss any five measures to make selling an attractive career.

- (क) विज्ञापन और व्यक्तिगत बिक्री प्रचार के दो प्रतिस्पर्धी तरीके हैं। टिप्पणी कीजिए।
- (ख) व्यक्तिगत बिक्री का उद्देश्य सिर्फ बिक्री पक्का करना नहीं है बल्कि दीर्घकालिक संबंध बनाना है। विस्तार से बताइए।

या

- (क) एक सफल विक्रेता बनने के लिए कौन-से गुण होने चाहिए?
- (ख) बिक्री को आकर्षक करियर बनाने के लिए किन्हीं पांच उपायों पर चर्चा कीजिए।

- (क) "विज्ञापन के दुश्मन स्वतंत्रता के दुश्मन हैं" - डेविड ओगिलवी। टिप्पणी कीजिए।
- (ख) विज्ञापन बजट क्या होता है? विज्ञापन बजट निर्धारित करने की किन्हीं तीन महत्वपूर्ण विधियों की चर्चा कीजिए।

या

- (क) DAGMAR मॉडल की व्याख्या कीजिए।
- (ख) निम्नलिखित के बीच अंतर कीजिए।
- (i) प्राथमिक मांग बनाम चयनात्मक मांग विज्ञापन
- (ii) उपभोक्ता विज्ञापन बनाम औद्योगिक विज्ञापन

2. (a) What do you understand by an Advertising Copy? Describe the essentials of a good radio advertising copy.

- (b) Write notes on any two :

- (i) Internet Advertising
- (ii) Newspaper Advertising
- (iii) Advertising in Magazines

OR

- (a) Define Media Scheduling. What are the various media scheduling patterns available to an advertiser?
- (b) Explain the various factors affecting selection of media.
- (क) विज्ञापन प्रति से आप क्या समझते हैं? एक अच्छी रेडियो विज्ञापन प्रति की अनिवार्यताओं का वर्णन कीजिए।
- (ख) किन्हीं दो पर टिप्पणी लिखिए :
- (i) इंटरनेट विज्ञापन
- (ii) समाचार पत्र विज्ञापन
- (iii) पत्रिकाओं में विज्ञापन

या

- (क) मीडिया शेड्यूलिंग को परिभाषित कीजिए। विज्ञापनदाता के लिए उपलब्ध विभिन्न मीडिया शेड्यूलिंग पैटर्न क्या हैं?
- (ख) मीडिया के चयन को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए।

3. (a) What is a full-service advertising agency? What are the functions performed by such type of advertising agencies?
- (b) What are the objectives of measuring advertising effectiveness?

OR

- (a) Explain the pretesting techniques of measuring sales effects of advertising effectiveness.
- (b) What is meant by advertising media? Discuss the advantages and drawbacks of outdoor advertising.
- (क) फुल-सर्विस विज्ञापन एजेंसी क्या होती है? इस प्रकार की विज्ञापन एजेंसियां क्या-क्या कार्य करती हैं?
- (ख) विज्ञापन प्रभावशीलता को मापने के उद्देश्य क्या हैं?

या

- (क) विज्ञापन प्रभावशीलता के बिक्री प्रभावों को मापने की पूर्व-परीक्षण तकनीकों की व्याख्या कीजिए।
- (ख) विज्ञापन मीडिया का क्या अर्थ है? आउटडोर विज्ञापन के फायदे और नुकसान की चर्चा कीजिए।