

(iii) Bases for Target Audience Selection

(iv) Benefits of Sales Reports

(v) Types of Salespersons

(vi) Outdoor Advertising (3×5= 15)

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए

(i) एक प्रभावी सेल्समैन के गुण

(ii) मीडिया शेड्यूलिंग

(iii) लक्षित दर्शकों के चयन के लिए आधार

(iv) सेल्स रिपोर्ट के लाभ

(v) सेल्सपर्सन के प्रकार

(vi) आउटडोर विज्ञापन

(10,000)

[This question paper contains 8 printed pages]

Your Roll No.

Sr. No. of Question Paper : 272

Unique Paper Code : 22417514

Name of the Paper : Advertising and Personal Selling

Name of the Course : B.Com. (Hons.)

Semester : V

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 all the questions.
3. All parts of a question should be attempted together.
4. All questions carry equal marks.
5. Answers may be written in English or Hindi but the same medium should be used throughout the paper.

P.T.O.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।
2. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
3. प्रश्न के सभी भागों को एक साथ करने का प्रयास करना चाहिए।
4. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
5. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिये, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) Advertising helps in getting better value for money both for the producer as well as the consumer. Do you agree? Give reasons in support of your answer.

विज्ञापन निर्माता और उपभोक्ता दोनों को धन का बेहतर मूल्य प्राप्त करने में मदद करता है। क्या आप सहमत हैं? अपने उत्तर के समर्थन में कारण दीजिए।

- (b) Critically examine the DAGMAR approach for setting advertising objectives.

विज्ञापन उद्देश्यों को निर्धारित करने के लिए डीएजीएमएआर दृष्टिकोण की आलोचनात्मक विवेचना कीजिए।

- (b) Explain the concept and types of buying motives with examples.

क्रय उद्देश्यों की अवधारणा और क्रय उद्देश्यों के प्रकारों की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए।

OR

अथवा

- (a) What are the steps of selling process? Explain them briefly. Which is the most critical stage for a salesperson to handle?

बिक्री प्रक्रिया के चरण क्या हैं? किसी सेल्सपर्सन के लिए कौन-से चरण सबसे कठिन होते हैं?

- (b) Explain AIDAS theory of selling.

AIDAS के विक्रय सिद्धांत की व्याख्या कीजिए।

5. Write Short Notes on any three of the following
(3×5=15)

- (i) Qualities of an Effective Salesperson
- (ii) Media Scheduling

एक विज्ञापन बजट क्या है? विज्ञापन बजट निर्धारण की किन्हीं तीन महत्वपूर्ण विधियों की चर्चा कीजिए।

2. (a) Enumerate the various appeals that can be considered while preparing an advertising copy with examples.

विज्ञापन प्रति तैयार करते समय जिन विभिन्न अपीलों पर विचार किया जा सकता है, उन्हें उदाहरणों सहित सूचीबद्ध कीजिए।

- (b) What is meant by advertising media? Discuss the advantages and drawbacks of Internet Advertising.

विज्ञापन मीडिया का क्या अर्थ है? इंटरनेट विज्ञापन के लाभ और कमियों की चर्चा कीजिए।

OR

अथवा

- (a) Explain the factors influencing selection of media. Suggest which advertising medium/media and specific channel/s are best suited for advertising the following products:

(i) DSLR Camera

(ii) Sport Utility Vehicle (SUV)

मीडिया के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए। सुझाव दीजिए कि निम्नलिखित उत्पादों के विज्ञापन के लिए कौन-सा विज्ञापन माध्यम/मीडिया और विशिष्ट चैनल/सारे सबसे उपयुक्त हैं:

(i) डीएसएलआर कैमरा

(ii) खेल उपयोगिता वाहन (एसयूवी)

- (b) What is an advertising copy? Explain the various types of advertising copies.

एक विज्ञापन प्रति क्या है? विभिन्न प्रकार की विज्ञापन प्रतियों की व्याख्या कीजिए।

3. (a) Why do we need to measure advertising effectiveness? Explain the post-testing methods of evaluating advertising effectiveness.

हमें विज्ञापन प्रभावशीलता को मापने की आवश्यकता क्यों है? विज्ञापन प्रभावशीलता का मूल्यांकन करने पोस्ट टेस्टिंग तरीकों की व्याख्या कीजिए।

- (b) What are the functions of an advertising agency? Briefly explain the various types of advertising agencies.

विज्ञापन एजेंसी के कार्य क्या हैं? विज्ञापन एजेंसियों के विभिन्न प्रकारों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

OR

अथवा

- (a) When can an advertisement become deceptive? What are the remedies available against deceptive advertising?

कोई विज्ञापन कब भ्रामक हो सकता है? भ्रामक विज्ञापन के खिलाफ क्या उपाय उपलब्ध हैं?

- (b) What is ASCI? What are the various fundamental principles given by ASCI?

एससीआई क्या है? एससीआई द्वारा दिए गए विभिन्न मौलिक सिद्धांत क्या हैं?

4. (a) The objective of personal selling is not to close a sale but to build long term relationships. Elaborate.

पर्सनल सेलिंग का उद्देश्य सेल पक्की करना नहीं बल्कि लंबी अवधि के संबंधों का निर्माण करना है। विस्तार से बताइए।

OR

अथवा

- (a) Identify the type of advertising along with reasoning in the following cases:

- (i) "Sunday hoyamondayrozkhaoande" by National Egg Coordination Committee
- (ii) "Do BoondZindagiki" Polio Drops
- (iii) McDowell's Music CDs

निम्नलिखित मामलों में तर्क सहित विज्ञापन के प्रकार की पहचान कीजिए:

- (i) राष्ट्रीय अंडा समन्वय समिति द्वारा "सडे हो या मडे रोज खाओ अडे"
- (ii) "दो बूंद जिंदगी की" पोलियो ड्रॉप्स
- (iii) मैकडॉवेल की म्यूज़िक सीडी

- (b) What is an advertising budget? Discuss any three important methods of setting the advertising budget.