

(ख) निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए : (7)

- (i) एक अच्छे विक्रेता की विशेषताएं
- (ii) विक्रेता पैदा होते हैं, बनते नहीं हैं

अथवा

(ग) निजी बिक्री और सेल्समैनशिप के बीच अंतर। (8)

(घ) विज्ञापन और निजी बिक्री प्रचार के दो प्रतिस्पर्धी तरीके हैं। चर्चा कीजिए। (7)

5. (क) निजी बिक्री के एआईडीएस मॉडल को स्पष्ट कीजिए। इसकी सीमाएं क्या हैं? (8)

(ख) विक्रय के क्रय-सूत्र सिद्धांत पर चर्चा कीजिए। सिद्धांत को स्थिति प्रतिक्रिया सिद्धांत भी क्यों कहा जाता है? (7)

अथवा

(क) प्रॉस्पेक्टिंग क्या होती है? निजी बिक्री में संभावनाओं की पहचान करने के तरीकों को स्पष्ट कीजिए। (8)

(ख) निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए : (7)

- (i) आदेश बही
- (ii) बिक्री मैनुअल

[This question paper contains 8 printed pages.]

05.01.2024(M)
Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 3021

G

Unique Paper Code : 22417514

Name of the Paper : Advertising and Personal Selling

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

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

Instructions for Candidates

- Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
- Attempt **all** questions.
- All** questions carry equal marks.
- Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

- इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।

2. सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।
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) "Advertising is an imperative economic function in modern business". Discuss the objectives and utility of advertising from the marketer's and consumers point of view. (8)

(b) Write short notes on the following :

(i) Surrogate Advertising

(ii) Social Advertising (7)

OR

- (a) What is advertising budget? Discuss the various methods of setting an effective advertising budget. (8)

- (b) Discuss the AIDA model of marketing communication. (7)

- (घ) विज्ञापनदाताओं में से एक सबसे अनिवार्य रचनात्मक रणनीति निर्णय में उचित अपील का विकल्प शामिल है। उपयुक्त उदाहरण देते हुए निम्नलिखित अपीलों की व्याख्या कीजिए।

(i) भय दिवाकर की गई अपील

(ii) हास्य अपील (7)

3. (क) विज्ञापन कॉपी की पोस्ट-टेस्टिंग से आप क्या समझते हैं? विज्ञापन कॉपी के टेस्टिंग के बाद की विभिन्न विधियों पर चर्चा कीजिए। (8)

- (ख) विभिन्न प्रकार की विज्ञापन एजेंसी के बारे में चर्चा कीजिए। एक विज्ञापन एजेंसी के विभिन्न कार्य क्या होते हैं? (7)

अथवा

- (ग) विज्ञापन की प्रभावशीलता का परीक्षण करने के लिए विपणन प्रबंधक के लिए उपलब्ध विभिन्न प्री-टेस्टिंग तकनीकों पर चर्चा कीजिए? (8)

- (घ) भारत में विज्ञापन के कानूनी ढांचे पर चर्चा कीजिए और स्व-विनियमन में एससीआई की भूमिका का उल्लेख कीजिए। (7)

4. (क) व्यक्तिगत बिक्री को परिभाषित कीजिए? निर्माताओं, ग्राहकों और समाज के लिए इसके महत्व को स्पष्ट कीजिए। (8)

(ख) निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

(i) सरोगेट विज्ञापन

(ii) सोशल विज्ञापन (7)

अथवा

(ग) विज्ञापन बजट क्या होता है? एक प्रभावी विज्ञापन बजट निर्धारित करने के विभिन्न तरीकों पर चर्चा कीजिए। (8)

(घ) विपणन संचार के एआईडीए मॉडल पर चर्चा कीजिए (7)

2. (क) मीडिया शेड्यूलिंग क्या है? मीडिया शेड्यूल निर्धारित करने में निरंतरता, फ्लाइटिंग और पल्सिंग कैसे महत्वपूर्ण हैं? (8)

(ख) विज्ञापन के लिए उपयुक्त माध्यम के चुनाव को प्रभावित करने वाले कारकों पर चर्चा कीजिए। उन उत्पादों का उल्लेख कीजिए जिनके लिए टेलीविजन विज्ञापन सबसे अच्छा माध्यम है।

(7)

अथवा

(ग) विज्ञापन कॉपी क्या होती है? विभिन्न प्रकार की विज्ञापन कॉपियों को स्पष्ट कीजिए। (8)

2. (a) What is media scheduling? How are continuity, flighting and pulsing important in determining media schedule? (8)

(b) Discuss the factors affecting the choice of an appropriate medium for advertising. Mention the products for which television is the best medium for advertising. (7)

OR

(a) What is an advertising copy? Explain the various types of advertising copies. (8)

(b) One of the advertisers most imperative creative strategy decision involves the choice of an appropriate appeal. Explain the following appeals giving suitable examples :

(i) Fear appeal

(ii) Humor appeal (7)

3. (a) What do you mean by post-testing of an advertisement copy? Discuss the various methods for post-testing of an advertisement copy. (8)

- (b) Discuss the various types of advertising agency. What are the various functions of an advertising agency. (7)

OR

- (a) Discuss the various pre-testing techniques available to a marketing manager to test the effectiveness of the advertisement? (8)
- (b) Discuss the legal framework of advertising in India and mention the role of ASCI in self regulation. (7)
4. (a) Define personal selling? Explain its significance to the manufacturers, customers and society. (8)
- (b) Write short notes on : (7)
- (i) characteristics of a good salesman
- (ii) salesperson are born, not made

OR

- (a) Distinguish between personal selling and salesmanship. (8)

- (b) Advertising and personal selling are two competing methods of promotion. Discuss. (7)

5. (a) Explain the AIDAS model of personal selling. What are its limitations? (8)
- (b) Discuss the Buying – Formula theory of selling. Why is the theory also called the situation response theory? (7)

OR

- (a) What is prospecting? Explain the methods of identifying prospects in the personal selling. (8)
- (b) Write short notes on : (7)
- (i) Order book
- (ii) Sales manual

1. (क) “आधुनिक व्यवसाय में विज्ञापन एक अनिवार्य आर्थिक प्रकार्य है”। विपणक और उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से विज्ञापन के उद्देश्यों और उपयोगिता पर चर्चा कीजिए। (8)