

This question paper contains 8 printed pages]

Your Roll No . . . .

आपका अनुक्रमांक . . .

6488

M.Com/II

J

Course 445—ADVERTISING AND SALES MANAGEMENT

(Admissions of 2004 and onwards)

Time 3 Hours

Maximum Marks . 75

समय : 3 घण्टे

पूर्णांक : 75

**Note** — The maximum marks printed on the question paper are applicable for the candidates registered with the School of Open Learning These marks will, however, be scaled down proportionately in respect of the students of regular colleges, at the time of posting of awards for compilation of result

(Write your Roll No on the top immediately on receipt of this question paper )

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

**Note** —Answers may be written *either* in English *or* in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

Attempt All questions.

All questions carry equal marks.

Credit will be given for precise answers

सभी प्रश्न कीजिए।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

सटीक उत्तरों को श्रेय दिया जाएगा।

P.T.O. -

1 Attempt any two of the following

- (a) Explain the concept of integrated marketing communication (IMC) Why is it important for those working in the field of advertising and promotion to understand and appreciate various IMC tools, not just the area in which they specialize ? 7½
- (b) Discuss the concept of target marketing and its importance to marketers What factors would lead the marketer to use repositioning strategy. 7½
- (c) Explain why do advertisers always debate on evaluation of advertising effectiveness ? Suggest few techniques to measure advertising recall 7½

निम्नलिखित में से कोई दो कीजिए :

- (क) एकीकृत विपणन संप्रेषण की संकल्पना को स्पष्ट कीजिए। विज्ञापन और संवर्धन के क्षेत्र में कार्य करने वालों के लिए, केवल अपनी विशेषज्ञता के क्षेत्र के ही नहीं अपितु विभिन्न एकीकृत विपणन संप्रेषण उपकरणों की समझ और गुण-विवेचन क्यों महत्वपूर्ण है ?

- (ख) लक्ष्योन्मुखी विपणन की संकल्पना और विक्रेताओं के लिए उसके महत्व का विवेचन कीजिए। विक्रेता को कौनसे कारक पुनर्स्थितियन रणनीति का उपयोग करने के लिए प्रेरित करेंगे ?
- (ग) स्पष्ट कीजिए कि विज्ञापनदाता हमेशा विज्ञापन देने की प्रभावकारिता पर क्यों बहस करते हैं ? विज्ञापन प्रत्याह्वान मापने की कुछ प्रविधियाँ सुझाइए।

2. Explain any *three* of the following :

- (a) Theory of central and peripheral routes to persuasion 5
- (b) The role of music in selling a new cellular service product in the context of Indian market 5
- (c) Commission based remuneration system vis-a-vis fee based system 5
- (d) Relationship between the advertising and sales. 5

P.T.O.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन को स्पष्ट कीजिए :

- (क) प्रत्ययन के केन्द्रीय एवं परिधीय मार्गों का सिद्धांत।
  - (ख) भारतीय बाजार के संदर्भ में सेल-सेवा के नए उत्पाद के विक्रय में संगीत की भूमिका।
  - (ग) कमीशन आधारित पारिश्रमिक पद्धति बनाम शुल्क आधारित पद्धति।
  - (घ) विज्ञापन और विक्रय के बीच संबंध।
3. (a) Based on the information given below calculate media efficiency in reaching target audience

	Magazine
Target Market	Professional groups
Circulation	1,00,00,000
Circulation to Target market	75%
Cost per page	Rs 1,60,000

What are the other considerations in assessing value of media to an advertiser ?

7%

- (b) What are the advantages and limitations in the use of quota ? How does decision on quota relate to other components of sales management ? 7½

(क) निम्नलिखित सूचना के आधार पर लक्षित ग्राहकों तक पहुँचने में मीडिया की दक्षता का परिकलन कीजिए :

	पत्रिका
लक्षित बाजार	पेशेवर समूह
प्रसार	1,00,00,000
लक्षित बाजार में प्रसार	75%
प्रति पृष्ठ लागत	1,60,000 रु.

विज्ञापनदाता के लिए मीडिया के महत्व के निर्धारण के लिए अन्य विचारणीय बातें क्या हैं ?

(ख) नियतांश (कोटा) के उपयोग के क्या लाभ और सीमाएँ हैं ? नियतांश के संबंध में निर्णय विक्रय-प्रबंध के अन्य घटकों से किस प्रकार संबंधित होता है ?

P.T.O.

Or

(अथवा)

(a) Write a note on effects of advertising on children 7½

(b) Explain the concept of territory planning How does establishing sales territories facilitates coordination between advertising and personnel selling 7½

(क) बच्चों पर विज्ञापन के प्रभावों पर एक टिप्पणी लिखिए।

(ख) क्षेत्र-आयोजना की संकल्पना स्पष्ट कीजिए। विक्रय-क्षेत्रों को स्थापित करना विज्ञापन, और कार्मिक विक्रय में समन्वय को किस प्रकार सुकर बनाता है।

4 Attempt any two of the following .

(a) Explain steps in selling process and its relationship with salesmanship in making of effective selling. 7½

- (b) 'Evaluating salespeople is easy, they either make targets or they don't ' Critically assess this statement by identifying the criteria that a sales manager may use to assess an individual's sales performance 7½
- (c) Why motivating sales personnel is an important aspect of sales force management Explain the linkage between sales compensation and motivation 7½

निम्नलिखित में से कोई दो कीजिए :

- (क) विक्रय-प्रक्रिया के सोपानों और प्रभावी विक्रय करने में विक्रय कला के साथ उसके संबंध को स्पष्ट कीजिए।
- (ख) 'बिक्रीकर्ताओं का मूल्यांकन सरल है, वे या तो लक्ष्य पूर्ति करते हैं या नहीं कर पाते।' किसी व्यक्ति के विक्रय-निष्पादन के निर्धारण के लिए विक्रय-प्रबंधक द्वारा प्रयुक्त किए जा सकने वाले निकष के अभिनिर्धारण द्वारा इस कथन का आलोचनात्मक मूल्यांकन कीजिए।
- (ग) विक्रय कार्मिकों का अभिप्रेरण विक्रय बल प्रबंध का एक महत्वपूर्ण पक्ष क्यों है ? विक्रय प्रतिपूर्ति और अभिप्रेरण में संबंध को स्पष्ट कीजिए।

5 Write short notes on any *three* of the following

- (a) Selection interview 5
- (b) Role of ethics in selling 5
- (c) Centralisation and decentralization of sales force management 5
- (d) Sales Audit. 5

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

- (क) चयनार्थ साक्षात्कार
- (ख) विक्रय में आचार-नीति की भूमिका
- (ग) विक्रय बल प्रबंध का केन्द्रीकरण और विकेन्द्रीकरण
- (घ) विक्रय लेखापरीक्षा।