

(4)

Unit-IV/ इकाई-IV

8. (a) Describe the AIDA model in terms of the marketing communication objectives.

7½

(अ) आइडा (AIDA) प्रतिमान का विपणन सम्प्रेषण के उद्देश्यों के आधार पर वर्णन कीजिये।

- (b) Describe the importance and limitations of electronic media.

7½

(ब) इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के महत्व एवं उनकी सीमाओं का वर्णन कीजिये।

9. Is marketing possible without advertising in modern times? Explain. Describe the utility of DAGMAR.

15

क्या वर्तमान समय में बिना विज्ञापन के विपणन सम्भव है? स्पष्ट कीजिये। डी.ए.जी.एम.ए.आर. (DAGMAR) की उपयोगिता का वर्णन कीजिये।

A

(Printed Pages 4)

C-932

B.Com. (Part-II) Examination, 2015

(Regular & Exempted)

SELLING & ADVERTISING

Time Allowed : Three Hours] [Maximum Marks : 100

Note : Answer **five** questions in all. Question **No. 1** is **compulsory**. **One** question is to be attempted from each unit.

कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रश्न सं. 1 अनिवार्य है। प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न किया जाना है।

1. Write short notes on the following in not more than 100 words each: 4x10=40
निम्नलिखित पर लघु टिप्पणी लिखिये, प्रत्येक पर 100 शब्दों से अधिक न लिखिये:

- (a) Marketing Mix
विपणन मिश्रण
- (b) Buying Motives
क्रय लक्ष्य
- (c) Demonstration
प्रदर्शन
- (d) Tools of Selling
विक्रय के उपाय

(2)

- (e) Ethical aspects of Advertising
विज्ञापन के नैतिक पहलू
- (f) Advertising Appeals
विज्ञापन अपील
- (g) Advertising Budget
विज्ञापन बजट
- (h) Advertising Effectiveness
विज्ञापन की प्रभावशीलता
- (i) Consumer and Industrial Products
उपभोक्ता एवं औद्योगिक उत्पाद
- (j) Hierarchy of Effects Model
प्रभाव क्रमबद्धता प्रतिमान

Unit-I / इकाई-I

2. "Creative salesmanship is more than merely taking orders" Discuss. Also state the various types of salesmanship. 15
"सृजनात्मक विक्रयकला केवल आदेश लेने से अधिक है।" विवेचना कीजिये। विभिन्न प्रकार की विक्रय कला का भी उल्लेख कीजिये।
3. Explain the concept of personal selling. Discuss the advantages and limitations of personal selling. 15
व्यक्तिगत विक्रय की अवधारणा स्पष्ट कीजिये। व्यक्तिगत विक्रय के लाभ एवं इसकी सीमाओं का वर्णन कीजिये।

C-932

(3)

Unit-II / इकाई-II

4. What is meant by objections? Discuss the various methods of handling objections. 15
आपत्तियों का क्या अभिप्राय है? आपत्तियों के प्रबन्धन की विधियां बताइये।
5. (a) Distinguish between relationship marketing and transactional marketing. 7½
सम्बन्ध-सम्पादन विपणन तथा विक्रय-सम्पादन विपणन में अन्तर बताइये।
(b) State the methods of remunerating salespersons. 7½
विक्रयकर्ताओं को पारिश्रमिक देने की विधियों का उल्लेख कीजिये।

Unit-III / इकाई-III

6. Explain the concept of advertising. Discuss the role of advertising in marketing. 15
विज्ञापन की अवधारणा स्पष्ट कीजिये। विज्ञापन की विपणन में भूमिका का वर्णन कीजिये।
7. What do you mean by advertising agency? Describe its functions and also the criteria for selection of an advertising agency. 15
विज्ञापन एजेंसी से आप क्या समझते हैं? इसके कार्यों का वर्णन कीजिये तथा विज्ञापन एजेंसी के चयन हेतु नियम बताइये।

C-932

P.T.O.