

**Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester–III Examination**  
**ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT-III**  
**Paper–8.3**  
**Vocational Group–III**

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

**N.B. :—** (1) All questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

- |           |  |   |
|-----------|--|---|
| 1.        | (a) Explain the importance of advertising in marketing and communication.                  | 8 |
|           | (b) What is the role of advertising in the marketing mix ?                                 | 8 |
| <b>OR</b> |  |   |
|           | (c) Explain interrelationship of advertising with pricing decisions.                       | 8 |
|           | (d) Differentiate between personal selling and sales promotion.                            | 8 |
| 2.        | (a) Discuss the scope of advertising.  | 8 |
|           | (b) How advertising works ? Explain by referring a case study.                             | 8 |
| <b>OR</b> |  |   |
|           | (c) How advertising helps to secure sales lead ?   | 8 |
|           | (d) What is the role of advertising in supporting other promotion tools ?                  | 8 |
| 3.        | (a) Explain the national, retail, trade and cooperative form of advertising.               | 8 |
|           | (b) Explain industrial, institutional, financial and public service advertising.           | 8 |
| <b>OR</b> |  |   |
|           | (c) Differentiate between primary and selective demand advertising with suitable examples. | 8 |
|           | (d) Explain Push and Pull advertising and also give its significance.                      | 8 |
| 4.        | (a) Explain the importance of setting advertising objectives.                              | 8 |
|           | (b) How do objectives differ from goals and strategy of a company ?                        | 8 |
| <b>OR</b> |  |   |
|           | (c) Explain DAGMAR approach of RH Colley.  | 8 |
|           | (d) What can be the possible advertising objectives ?                                      | 8 |
| 5.        | Write answers in brief :   |   |
|           | (a) Publicity as a marketing mix.  | 4 |
|           | (b) Write a note on 'Demarketing'.   | 4 |
|           | (c) Give a short note on 'Political Advertising'.  | 4 |
|           | (d) Explain sales as an advertising objective.   | 4 |

**Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester–III Examination**  
**ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT-III**  
**Paper–8.3**  
**Vocational Group–III**

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

**N.B. :—** (1) All questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

**(मराठी माध्यम)**

1. (अ) विपणन आणि संप्रेषणात जाहीरातीचे महत्व समजावून सांगा. 8  
 (ब) विपणन मिश्रणात जाहीरातीची भूमिका काय आहे ? 8
- किंवा**
- (क) मुल्य निर्धारण निर्णय व जाहीरात यामधील आंतरिक संबंध सांगा. 8  
 (ड) वैयक्तिक विक्री आणि विक्री प्रचारात फरक करा. 8
2. (अ) जाहीरातीच्या व्याप्तीवर चर्चा करा. 8  
 (ब) जाहीरात कार्य कसे करते ? दाखला (व्यक्ती दाखला) देऊन स्पष्टीकरण द्या. 8
- किंवा**
- (क) विक्री आघाडी निश्चित करण्यात जाहीरात कशा पद्धतीने मदत करते ? 8  
 (ड) विक्री प्रसार करणाऱ्या इतर साधनांना 'जाहीरात' कशा पद्धतीने सहाय्यता करते ? 8
3. (अ) जाहीरातीच्या राष्ट्रीय, किरकोळ विक्री, व्यापार आणि सहकारी प्रकारांचे स्पष्टीकरण द्या. 8  
 (ब) औद्योगिक, संस्थात्मक, आर्थिक आणि सार्वजनिक सेवा जाहीरातींचे स्पष्टीकरण द्या. 8
- किंवा**
- (क) प्राथमिक आणि निवडक मागणीमधील भिन्नता योग्य उदाहरणासह दर्शवा. 8  
 (ड) 'पुश आणि पुल' (Push and Pull) जाहीरात व त्यांचे महत्व सांगा. 8
4. (अ) जाहीरातीची उद्दिष्टे निश्चित करण्याचे महत्व समजावून सांगा. 8  
 (ब) एखाद्या कंपनीची उद्दिष्टे तिच्या ध्येया पेक्षा व रणनीती पेक्षा वेगळे कसे असतात ? 8
- किंवा**
- (क) आर.एच. कॉलेंचा डॅगमार (DAGMAR) दृष्टिकोन समजावून सांगा. 8  
 (ड) जाहीरातीचे संभाव्य उद्दिष्टे काय असू शकतात ? 8
5. संक्षिप्त उत्तरे लिहा :  
 (अ) 'प्रसिद्धी' एक विपणन मिश्रण टीप द्या. 4  
 (ब) 'उत्तार विपणन' (demarketing) एक टीप लिहा. 4  
 (क) राजकिय जाहीराती वर संक्षिप्त टीप लिहा. 4  
 (ड) विक्री एक जाहीरात उद्दिष्ट समजावून सांगा. 4

**Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester–III Examination**  
**ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT-III**  
**Paper–8.3**  
**Vocational Group–III**

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

**N.B. :—** (1) All questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

**(हिन्दी माध्यम)**

1. (अ) विपणन और संदेशवहन में विज्ञापन का महत्व समझाएं। 8
- (ब) विपणन मिश्रण में विज्ञापन की भूमिका क्या है ? 8

**अथवा**

- (क) विज्ञापन एवं मूल्य निर्धारण निर्णय के अंतर्संबंध को स्पष्ट करें। 8
- (ड) व्यक्तिगत विक्रय और विक्रय संवर्धन में अंतर स्पष्ट कीजिए। 8
2. (अ) विज्ञापन की व्याप्ति स्पष्ट कीजिए। 8
- (ब) विज्ञापन किस प्रकार से काम करता है ? केस स्टडी का हवाला देकर समझाएं। 8

**अथवा**

- (क) विक्रय बढ़त निश्चित करने हेतु विज्ञापन किस तरह से सहायता करता है ? 8
- (ड) अन्य बिक्री प्रचार उपकरणों को समर्थन हेतु विज्ञापन की भूमिका क्या है ? 8
3. (अ) विज्ञापन के राष्ट्रीय, खुदरा, व्यापार एवं सहकारी रूप की व्याख्या करें। 8
- (ब) औद्योगिक, संस्थागत, वित्तीय एवं सार्वजनिक सेवा विज्ञापन की व्याख्या करें। 8

**अथवा**

- (क) प्राथमिक एवं चुनिंदा उत्पाद मांग के बीच उपयुक्त उदाहरण के साथ अंतर स्पष्ट कीजिए। 8
- (ड) 'पुश और पुल' (Push and Pull) विज्ञापन की व्याख्या करें और इसका महत्व भी बताएं। 8
4. (अ) विज्ञापन में उद्देश्य स्थापित करने का महत्व बताएं। 8
- (ब) किसी कंपनी के उद्देश्य उसके लक्ष्यों एवं रणनीति से किस प्रकार भिन्न होते हैं ? 8

**अथवा**

- (क) आर.एच. कोली के देगमार (DAGMAR) दृष्टिकोण बताएं। 8
- (ड) विज्ञापन के संभावित उद्देश्य क्या हो सकते हैं ? 8
5. संक्षेप में उत्तर लिखिए :
  - (अ) 'विक्रय प्रचार' एक विपणन मिश्रण – संक्षेप में लिखें। 4
  - (ब) 'घटाव-विपणन' (demarketing) पर टिप्पणी दीजिए। 4
  - (क) राजनीतिक विज्ञापन पर टिप्पणी लिखिए। 4
  - (ड) बिक्री एक विज्ञापन उद्देश्य – स्पष्ट कीजिए। 4