

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) What is meant by advertising ? Explain its importance from the viewpoint of marketing and communication. 8
 - (b) Define personal selling. State its merits and demerits. 8
- OR**
- (c) Explain the role of advertising in marketing mix. 8
 - (d) Write the significance of pricing decisions. Also state various factors which influence pricing decisions. 8
2. (a) Explain the role of advertisement in increasing profit. 8
 - (b) Discuss the scope of advertisement. 8
- OR**
- (c) Explain how advertisement works. 8
 - (d) Mention the relationship between advertisement and sustaining scale of production. 8
3. (a) Explain 'Push and Pull Advertisement'. 8
 - (b) Explain political and selective demand advertisement. 8
- OR**
- (c) Discuss the factors to be considered in formulation of advertisement draft of financial establishments. 8
 - (d) Describe the various forms of advertising. 8
4. (a) Discuss the meaning and importance of advertising objectives. 8
 - (b) Explain DAGMAR approach of R.H. Colley. 8
- OR**
- (c) Differentiate between objectives, goals and strategy of advertising. 8
 - (d) Explain advertisement objectives from the point of view of 'Sales' and 'Communication'. 8
5. Write answers in brief :
 - (a) Write short note on 'Sales Promotion' and 'Publicity'. 4
 - (b) Explain the term 'Demarketing'. 4
 - (c) Write features of Public Service advertising. 4
 - (d) Write a note on strategy of drafting of an advertisement. 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) जाहिरात म्हणजे काय ? विपणन व संप्रेषण च्या दृष्टिकोणातून त्याचे महत्व स्पष्ट करा. 8
(ब) वैयक्तिक / व्यक्तिगत विक्रीला परिभाषित करा. त्याचे फायदे व तोटे लिहा. 8
- किंवा**
- (क) विपणन मिश्रणात विज्ञापनाची भूमिका स्पष्ट करा. 8
(ड) मूल्य निर्णयाचे महत्व स्पष्ट करा. मूल्य निर्णयावर परिणाम करणारे विविध घटक कोणते ? 8
2. (अ) जाहिरातीची नफा वाढविण्यासाठी काय भूमिका आहे ? 8
(ब) विज्ञापनाची व्याप्ती स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- (क) जाहिरात कश्याप्रकारे कार्य करते ? चर्चा करा. 8
(ड) उत्पादनाचे परिमाण टिकवून ठेवणे आणि विज्ञापन यातील संबंध नमूद करा. 8
3. (अ) दाब आणि ओढ जाहिरात वर टिपणे लिहा. 8
(ब) 'राजकीय व निवडक मागणी असणाऱ्या उत्पादांच्या जाहिराती' या वर चर्चा करा. 8
- किंवा**
- (क) वित्तीय संस्थांच्या जाहिरातीचा मसुदा तयार करतांना कोणते मुद्दे लक्षात घेतले जातात. 8
(ड) जाहिरातीचे विविध प्रकारांचे वर्णन करा. 8
4. (अ) जाहिरात उद्दिष्टांचा अर्थ आणि महत्वावर चर्चा करा. 8
(ब) आर.एच. कोलीच्या DAGMAR दृष्टिकोणाची चर्चा करा. 8
- किंवा**
- (क) जाहिरातीच्या उद्देश्य, ध्येय आणि धोरण यांच्यातील फरक स्पष्ट करा. 8
(ड) जाहिरात उद्दिष्टांचा 'विक्री' व 'संप्रेषण' (संदेशवहन) च्या दृष्टिने चर्चा करा. 8
5. संक्षिप्त उत्तरे लिहा :
(अ) 'विक्रीचा प्रसार' (Promotion) व 'प्रसिद्धी' (Publicity) वर टिपा लिहा. 4
(ब) 'डिमार्केटिंग (Demarketing)' वर चर्चा करा. 4
(क) सार्वजनिक सेवा जाहिरातीचे वैशिष्ट्ये लिहा. 4
(ड) विज्ञापनाचा मसुदा तयार करण्याच्या रणनीतिवर एक टिपण लिहा. 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) विज्ञापन क्या है ? उसके विपणन के दृष्टिकोण से संदेशवहन का महत्व स्पष्ट कीजिए। 8
(ब) व्यक्तिगत विक्रय को परिभाषित कीजिए। उसके लाभ व हानियां दशाइये। 8
- अथवा**
- (क) विपणन मिश्रण में विज्ञापन की भूमिका स्पष्ट कीजिए। 8
(ड) मूल्य निर्णय का महत्व स्पष्ट कीजिए। मूल्य निर्णय पर असर करने वाले विविध घटकों पर चर्चा कीजिए। 8
2. (अ) विज्ञापनों का लाभ वृद्धि में क्या भूमिका है ? 8
(ब) विज्ञापन की व्याप्ति स्पष्ट कीजिए। 8
- अथवा**
- (क) विज्ञापन किस प्रकार कार्य करती है ? चर्चा कीजिए। 8
(ड) “उत्पादन का पैमाना कायम रखने में एवं विज्ञापन” में संबंध दर्शाइये। 8
3. (अ) ‘धक्का व खींच’ (Push and Pull) विज्ञापनों पर चर्चा कीजिए। 8
(ब) राजनीतिक व चुनिंदा उत्पादों के विज्ञापन पर चर्चा कीजिए। 8
- अथवा**
- (क) वित्तीय संस्थाओं के विज्ञापन बनाते समय कौनसी बातें ध्यान में रखी जाती है ? 8
(ड) विज्ञापन के विविध प्रकार लिखिए। 8
4. (अ) विज्ञापन उद्देश्यों के अर्थ एवं महत्व पर चर्चा कीजिए। 8
(ब) आर.एच. कोली के देगमार (DAGMAR) दृष्टिकोणों की चर्चा कीजिए। 8
- अथवा**
- (क) विज्ञापनों के उद्देश्यों, लक्ष्यों एवं रणनीति के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए। 8
(ड) विज्ञापन उद्देश्यों की ‘बिक्री’ व ‘संप्रेषण’ की दृष्टि से चर्चा कीजिए। 8
5. संक्षेप में उत्तर लिखिए :
(अ) ‘विक्रय संवर्धन’ एवं ‘प्रचार’ का अर्थ संक्षेप में लिखिए। 4
(ब) ‘डी-मार्केटिंग’ (Demarketing) स्पष्ट कीजिए। 4
(क) सार्वजनिक सेवा विज्ञापन की विशेषतायें लिखिए। 4
(ड) विज्ञापनों का मसौदा तैयार करने की रणनीति पर एक टिप्पणी लिखिए। 4