

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester–VI Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT
Optional Paper–8-3
Vocational Group–I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— (1) **ALL** questions are compulsory.
 (2) All questions carry equal marks.

- | | | |
|-----------|---|---|
| 1. | (a) Describe the procedure to set up a sales territory. | 8 |
| | (b) Explain advantages of a sales territory. | 8 |
| OR | | |
| | (c) Discuss the concept of a “Sales Territory.” | 8 |
| | (d) How are sales personnel assigned duties for their territory ? | 8 |
| 2. | (a) Define a “Sales Budget.” Disclose contents of a Sales Budget. | 8 |
| | (b) Write the procedure of administering sales quota system. | 8 |
| OR | | |
| | (c) Comment on the purpose of a sales budget. | 8 |
| | (d) Describe the various types of sales quota. | 8 |
| 3. | (a) Differentiate between Consumer Promotion and Trade Promotion ? | 8 |
| | (b) Briefly explain the concept of “Global Marketing”. | 8 |
| OR | | |
| | (c) Write advantages of advertising. | 8 |
| | (d) What procedure needs to be followed while evaluating a promotion plan ? | 8 |
| 4. | (a) Mention the important features of Consumer Protection Act, 1986. | 8 |
| | (b) Write a note on Malpractices in advertising. | 8 |
| OR | | |
| | (c) What are the highlights of MRTP Act, 1969 ? | 8 |
| | (d) Discuss the penal provisions related to malpractices in advertising. | 8 |
| 5. | (a) Discuss the scope of a Sales Territory. | 4 |
| | (b) Elaborate the concept of sales quota. | 4 |
| | (c) What is the relation between sales promotion and advertising ? | 4 |
| | (d) Write the objectives of law of Intellectual Property Rights. | 4 |

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester–VI Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT
Optional Paper–8-3
Vocational Group–I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— (1) **ALL** questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

(मराठी माध्यम)

1. (अ) “विक्री क्षेत्र” (Sales Territory) च्या स्थापने ची प्रक्रिया सांगा. 8
 (ब) विक्री क्षेत्रा पासून होणारे लाभ सांगा. 8
- किंवा**
- (क) विक्री क्षेत्राच्या संकल्पनेची चर्चा करा. 8
 (ड) विक्रय कर्मचाऱ्यांना त्यांच्या संबंधित कार्य क्षेत्रात, कामाचे वाटप कुठल्या प्रकारे केल्या जाते ? 8
2. (अ) विक्री अर्थसंकल्पा (Sales budget) ची व्याख्या सांगा. विक्री अर्थसंकल्पात समाविष्ट विषयादी (contents) विस्तृत करा. 8
 (ब) विक्री वाटा (Sales quota) निश्चिती करणाची प्रक्रिया सांगा. 8
- किंवा**
- (क) विक्री अर्थसंकल्पाचे काय हेतु आहेत (Purpose) ? भाष्य करा. 8
 (ड) विक्री कोटयाचे विविध प्रकार विषद करा. 8
3. (अ) ग्राहक संवर्धन (Consumer promotion) व व्यापार संवर्धन (Trade Promotion) या मधील फरक सांगा. 8
 (ब) जागतिक विपणनाची संकल्पना स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- (क) जाहीरातीतून होणाऱ्या फायदे विशद करा. 8
 (ड) संवर्धन योजनेचे मूल्यमापन करताना कुठल्या प्रक्रियेचे अनुसरण केले जाते ? 8
4. (अ) ग्राहक संरक्षणकायद्याची, 1986 मुख्य वैशिष्ट्ये लिहा. 8
 (ब) जाहीरातीं मध्ये होणाऱ्या गैरव्यवहारांवर एक टिपण लिहा. 8
- किंवा**
- (क) एकाधिकार आणि प्रतिबंधक व्यापार पद्धती कायदा (MRTP Act) यावर विशेष माहिती लिहा. 8
 (ड) जाहीरातीं मध्ये होणाऱ्या गैरव्यवहाराशी संबंधित दंडाच्या तरतुदी विषद करा. 8
5. (अ) विक्री क्षेत्राची कार्य व्याप्ति (scope) स्पष्ट करा. 4
 (ब) विक्री कोटा ची संकल्पना स्पष्ट करा. 4
 (क) विक्रीचा प्रचार-प्रसार (Promotion) आणि जाहीरात या मधील संबंध सांगा. 4
 (ड) बौद्धिक संपदा अधिकार कायद्याचे (Intellectual Property Rights) उद्देश्य सांगा. 4

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester–VI Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT

Optional Paper–8-3

Vocational Group–I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— (1) **ALL** questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

(हिन्दी माध्यम)

1. (अ) “विक्रय क्षेत्र” (Sales Territory) की स्थापना की प्रक्रिया का वर्णन कीजिए। 8
(ब) विक्रय क्षेत्र से मिलने वाले लाभ बताइए। 8

अथवा

- (क) विक्रय क्षेत्र की संकल्पना पर चर्चा कीजिए। 8
(ड) विक्रय कर्मचारियों को संबंधित क्षेत्र में कार्य किस प्रकार आवंटित किया जाता है ? 8
2. (अ) बिक्री बजट (Sales budget) की परिभाषा लिखिए। बिक्री बजट की विषय-सूची (Contents) का खुलासा कीजिए। 8
(ब) बिक्री कोटा (Sales quota) की निर्धारण प्रक्रिया बताइए। 8

अथवा

- (क) बिक्री बजट का क्या प्रयोजन है ? समीक्षा कीजिए। 8
(ड) बिक्री कोटा (Sales quota) के विभिन्न प्रकार विशद कीजिए। 8
3. (अ) उपभोक्ता संवर्धन (Consumer promotion) तथा व्यापार संवर्धन के बीच अंतर स्पष्ट कीजिए। 8
(ब) वैश्विक विपणन (Global marketing) की संकल्पना स्पष्ट कीजिए। 8

अथवा

- (क) विज्ञापन से होनेवाले लाभ दर्शाइए। 8
(ड) संवर्धन योजना (Promotion plan) का मूल्यांकन करते समय किस प्रक्रिया का पालन किया जाता है ? 8
4. (अ) उपभोक्ता संरक्षण कानून, 1986 की प्रमुख विशेषताएं बताइये। 8
(ब) विज्ञापन में होनेवाले गलत व्यवहार (Malpractices) पर टिप्पणी लिखिए। 8

अथवा

- (क) एकाधिकार और प्रतिबंधात्मक व्यापार व्यवहार अधिनियम (MRTP Act) की विशेष जानकारी दीजिए। 8
(ड) विज्ञापनों में होनेवाले गलत व्यवहार से संबंधित दंडात्मक प्रावधानों की चर्चा कीजिए 8
5. (अ) विक्रय क्षेत्र की कार्यव्याप्ति (Scope) बताइए। 4
(ब) विक्रय/बिक्री कोटा की संकल्पना स्पष्ट कीजिए। 4
(क) बिक्री प्रचार (Sales Promotion) तथा विज्ञापन के बीच का संबंध दर्शाइए। 4
(ड) बौद्धिक संपदा अधिकार अधिनियम के प्रमुख उद्देश बताइए। 4