

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—III Examination
ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT—III
(Optional)
Vocational Group—III

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :—(1) All questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

1. (a) Mention the merits and demerits of personal selling.
- (b) What is meant by advertising ? Explain its significance relating to marketing and communication.

OR

- (c) Detail out the objectives and benefits of sales promotion.
- (d) Explain the meaning and significance of pricing decision.
2. (a) Point out the scope of advertisement for expanding market potentials.
- (b) Mention the relationship between advertisement and sustaining scale of production.

OR

- (c) “Advertisement is the key for increasing profits”. Comment.
- (d) Write on relationship between sales lead and advertisement.
3. (a) Comment on different modes of advertisement by Retail Trade.
- (b) Describe the format of advertisement of financial institutions.

OR

- (c) Point out the considerations taken by large corporations in draft of their advertisement.
- (d) Write procedure for drafting of advertisement for selective demand products.
4. (a) Write features of Goals and Strategy of advertisements.
- (b) Narrate criteria of determining objectives of advertisements.

OR

- (c) How communication objectives help in market enlargement ?
- (d) Evaluate Russell Colley’s approach of measuring efficiency of advertisement.
5. Write short answers :
 - (a) Narrate the role of advertising in marketing mix.
 - (b) “Advertisement is a dominating promotional tool.” Explain.
 - (c) Comment on success of Push Advertisement.
 - (d) Write a note on strategy of drafting of an advertisement.

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—III Examination
ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT—III
(Optional)
Vocational Group—III

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :—(1) All questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

(मराठी माध्यम)

1. (अ) व्यक्तिगत विक्रीचे फायदे आणि तोटे दर्शावा.
 (ब) विज्ञापन म्हणजे काय ? त्याचे विपणन आणि संदेशवहनातील महत्व स्पष्ट करा.

किंवा

- (क) विक्री संवर्धनाचे उद्देश आणि लाभ सविस्तर लिहा.
 (ड) मूल्य निर्णयाचा अर्थ आणि महत्व स्पष्ट करा.
 2. (अ) विपणी क्षमतेच्या विस्तारासाठी विज्ञापनांच्या व्याप्तीस नमूद करा.
 (ब) उत्पादनाचे परिमाण टिकवून ठेवण्यात आणि विज्ञापनातील संबंध नमूद करा.

किंवा

- (क) “जाहिरात ही नफा वाढविण्याची किल्ली आहे.” भाष्य करा.
 (ड) विक्री नेतृत्व आणि जाहिराती यांच्यातील संबंध लिहा.
 3. (अ) किरकोळ व्यापारीद्वारा विज्ञापन करण्याच्या विविध मार्गावर भाष्य करा.
 (ब) वित्तीय संस्थांच्या जाहिरातींच्या प्रारूपाचे वर्णन करा.

किंवा

- (क) मोठ्या महामंडळाद्वारा त्यांच्या जाहिरातीचा मसुदा तयार करतांना कोणते मुद्दे लक्षांत घेतले जातात, ते नमूद करा.
 (ड) निवडक मागणी असणाऱ्या उत्पादांच्या जाहिरातींचा मसुदा तयार करण्याच्या प्रक्रियेस लिहा.
 4. (अ) विज्ञापनांची उद्दिष्टे आणि रणनीतिची वैशिष्ट्ये लिहा.
 (ब) विज्ञापनाचे उद्देश निर्धारण करण्याचे निकष नमूद करा.

किंवा

- (क) बाजार विस्तारीकरणात संदेशवहनाची उद्दिष्ट्ये कशी मदत करतात ?
 (ड) विज्ञापनाची कार्यक्षमता मापन करण्याचा रसेल कुली यांच्या दृष्टीकोनाचे मूल्यमापन करा.
 5. संक्षिप्त उत्तरे लिहा :
 (अ) विपणन मिश्रणात विज्ञापनाची भूमिका विशद करा.
 (ब) “विज्ञापन हे संवर्धनाचे एक प्रबळ साधन आहे.” स्पष्ट करा.
 (क) दबाव विज्ञापनांच्या यशावर भाष्य करा.
 (ड) विज्ञापनाचा मसुदा तयार करण्याच्या रणनीतिवर एक टिपण लिहा.

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—III Examination
ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT—III
(Optional)
Vocational Group—III

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

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

(हिन्दी माध्यम)

1. (अ) व्यक्तिगत विक्रय के लाभ एवं हानियाँ दर्शाइये।
 (ब) विज्ञापन क्या है ? उसके विपणन एवं संदेशवहन में महत्व स्पष्ट कीजिये।

अथवा

- (क) विक्रय संवर्धन के उद्देश्य एवं लाभ सविस्तार लिखिये।
 (ड) मूल्य निर्णय का अर्थ एवं महत्व स्पष्ट कीजिये।
 2. (अ) विपणी क्षमता के विस्तार के लिये विज्ञापनों की व्याप्ति को बताइये।
 (ब) उत्पादन का पैमाना कायम रखने में एवं विज्ञापन में संबंध दर्शाइये।

अथवा

- (क) “विज्ञापन यह लाभ वृद्धि की कुंजी है।” भाष्य कीजिये।
 (ड) विक्रय नेतृत्व एवं विज्ञापनों में संबंध लिखिये।
 3. (अ) खुदरा व्यापारियों द्वारा विज्ञापन करने के विविध मार्गों पर भाष्य कीजिये।
 (ब) वित्तीय संस्थाओं के विज्ञापनों के प्रारूपों का वर्णन कीजिये।

अथवा

- (क) बड़ी निगमों द्वारा उनके विज्ञापन का मसौदा तैयार करते हुये, कौनसे मुद्दे ध्यान में लिए जाते हैं, वे दर्शाइये।
 (ड) चुनिंदा मांग उत्पादों के विज्ञान के पारूप तैयार करने के लिए प्रक्रिया लिखें।
 4. (अ) विज्ञापनों के उद्देश्य एवं राजनीति की विशेषताएं लिखिये।
 (ब) विज्ञापन के उद्देश्य निर्धारण करने की कसौटियाँ दर्शाइये।

अथवा

- (क) बाजार के विस्तारीकरण में संदेशवहन के उद्देश्य कैसे मदत करते हैं ?
 (ड) विज्ञापनों की कार्यक्षमता का मापन करने के रसेल एवं कुली के दृष्टिकोणों का मूल्यमापन कीजिए।
 5. संक्षेप में उत्तर लिखिये :
 (अ) विपणन मिश्रण में विज्ञापन की भूमिका बताइये।
 (ब) “विज्ञापन यह संवर्धन का एक प्रबल साधन है।” स्पष्ट कीजिये।
 (क) दबाव विज्ञापनों (Push Advertisement) की सफलता पर भाष्य कीजिये।
 (ड) विज्ञापनों को मसौदा तैयार करने के रणनीति पर एक टिप्पणी लिखिये।