

Unique Paper Code	:	C 309
Name of the Paper	:	Advertising and Personal Selling
Name of the Course	:	B.Com. (H)
Mode	:	Annual
Semester	:	III
Duration	:	3 hours
Maximum Marks	:	100 Marks

Instructions:

Please attempt any **FOUR** questions out of the six questions given below.
All questions carry equal marks.

Q1 Define Advertising. Explain the significance of advertising. What are the various criticisms levied against it?

Q2 Do you think that cost is the only concern for media planners, while selecting different media vehicles? If not, then what are that other factors taken into consideration, while selecting an appropriate medium. Explain giving examples.

Q3 What do you mean by advertising budget? What are the various factors influencing the advertising budget of a company? Mention the various methods of advertising budget?

Q4 What is difference between pre-approach and approach in the selling process? Are both essential? Why?

Q5 As a salesman how would you handle the following objections raised by the customers at the end of a sales presentation:

- I. Your product is new
- II. The price of product is too high

Q6 "Some people believe that money spent on training goes waste, while others consider it an investment in human resource." Comment. Explain the A-C-M-E-E approach to training?

Unique Paper Code	:	C 309
Name of the Paper	:	Advertising and Personal Selling
Name of the Course	:	B.Com. (H)
Mode	:	Annual
Semester	:	III
Duration	:	3 hours
Maximum Marks	:	100 Marks

विद्यार्थी के लिए निर्देश

- किसी भी चार प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
- सभी प्रश्न समान अंक के हैं।
- आप अंग्रेजी या हिन्दी में उत्तर लिख सकते हैं लेकिन पूरे पेपर में एक ही माध्यम का इस्तेमाल किया जाना जरूरी है।

प्रश्न1. विज्ञापन को परिभाषित करें। विज्ञापन का महत्व भी समझाएं। इसके खिलाफ कौन-सी आलोचनाएं की जाती हैं?

प्रश्न2. क्या आपको लगता है कि विभिन्न तरह के मीडिया माध्यमों को चुनते समय मीडिया योजनाकारों के लिए ही लागत ही सबसे बड़ी चिंता का विषय है? यदि नहीं, तो किसी उपयुक्त माध्यम का चयन करते समय, किन-किन अन्य कारकों को ध्यान में रखा जाता है। उदाहरण सहित समझाएं।

प्रश्न3. विज्ञापन बजट से आपका क्या तात्पर्य है? किसी कंपनी के विज्ञापन बजट को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारक कौन-से हैं? विज्ञापन बजट के विभिन्न तरीकों का उल्लेख कीजिए?

प्रश्न4. सेलिंग प्रक्रिया में पूर्व दृष्टिकोण और दृष्टिकोण (pre-approach and approach) के बीच क्या अंतर होता है? क्या ये दोनों जरूरी होते हैं? और क्यों?

प्रश्न5. एक सेल्समैन के रूप में, आप सेल्स प्रस्तुति के अंत में ग्राहकों द्वारा व्यक्त की गई निम्नलिखित आपत्तियों को कैसे संभालेंगे:

I. आपका उत्पाद नया है

II. उत्पाद की कीमत बहुत अधिक है

प्रश्न6 "कुछ लोगों का मानना है कि प्रशिक्षण पर खर्च किया गया पैसा बेकार हो जाता है, जबकि अन्य इसे मानव संसाधन में निवेश के रूप में देखते हैं।" इस पर टिप्पणी कीजिए। प्रशिक्षण के लिए ए-सी-एम-ई-ई दृष्टिकोण समझाएं?



This document was created with the Win2PDF "print to PDF" printer available at <http://www.win2pdf.com>

This version of Win2PDF 10 is for evaluation and non-commercial use only.

This page will not be added after purchasing Win2PDF.

<http://www.win2pdf.com/purchase/>