

**Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester–IV Examination**  
**ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MAGT–IV**  
**Vocational Group–III**

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

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

(2) All questions carry equal marks.

1. (a) Write the various items concerned for building an advertisement programme. 8  
 (b) State process of writing headlines and message in an advertisement. 8

**OR**

- (c) Why sellers prefer to advertise on TV ? 8  
 (d) Highlight the importance of print media advertisements. 8
2. (a) Enlist the activities under sales promotion programme. 8  
 (b) Discuss on tools and techniques of sales promotion. 8

**OR**

- (c) Design a sales promotion campaign for an FMCG product. 8  
 (d) State the utility of exhibitions and trade fairs in sales promotion. 8
3. (a) Examine the role of selling in a planned economy. 8  
 (b) How growth chances of sales can be improved through developing new qualities for salesmen ? 8

**OR**

- (c) Detail out the scope for selling as career. 8  
 (d) Write the contents of training programme for acquiring new skills in salesmen. 8
4. (a) Mention tips for improving personal abilities of salesmen. 8  
 (b) Explain minimum level of product knowledge for salesmen. 8

**OR**

- (c) "Skills of salesmen is foundation of their ability to sell." Explain. 8  
 (d) Describe features of planned selling system. 8
5. Answer in brief :
- (a) Enlist features of creative strategy for an advertisement. 4  
 (b) Mention the points for a logic for sales promotion programmes. 4  
 (c) How growth chances for salesmen can be improved ? 4  
 (d) Why skilled salesmen have better ability to sell ? 4

**Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester-IV Examination**  
**ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MAGT-IV**  
**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 कार्यक्रमाच्या बांधणीसाठी संबंधित असणाऱ्या विविध बाबी लिहा. 8
- (ब) जाहिरातीत शीर्षक आणि मसूदा लिहीण्याची प्रक्रिया विशद करा. 8
- किंवा**
- (क) विक्रेते टि.व्ही. वर जाहिरात करण्यास अधिमान कां देतात ? 8
- (ड) जाहिरातीच्या छापिल माध्यमाच्या महत्वावर प्रकाश द्या. 8
2. (अ) विक्रीसंवर्धन कार्यक्रमातील समाविष्ट क्रियांची सूची करा. 8
- (ब) विक्रीसंवर्धनाच्या साधनांची आणि तंत्रांची चर्चा करा. 8
- किंवा**
- (क) FMCG उत्पादाकरीता विक्री संवर्धन मोहीमेचा आराखडा तयार करा. 8
- (ड) विक्री संवर्धनात प्रदर्शनी आणि व्यापारी यात्रांची उपयोगिता विशद करा. 8
3. (अ) नियोजित अर्थव्यवस्थेत विक्रयाच्या भूमिकेचे परिक्षण करा. 8
- (ब) विक्रेत्यांमध्ये नविण गुणांचा विकास केल्याने विक्री वृद्धीच्या संधीत कशी वाढ होते ? 8
- किंवा**
- (क) विक्रेता एक जीवन वृत्ती या स्वरूपावर सविस्तर लिहा. 8
- (ड) विक्रेत्यांमध्ये नविन कौशल्य प्राप्त करण्यासाठीच्या प्रशिक्षण कार्यक्रमाच्या घटकांवर लिहा. 8
4. (अ) विक्रेत्यांच्या व्यक्तीगत क्षमताना सुधारण्यासाठी उपाय नमूद करा. 8
- (ब) विक्रेत्यांना आवश्यक असणाऱ्या उत्पाद ज्ञानाच्या किमान पातळीस स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- (क) 'विक्रेत्यांचे कौशल्य हे त्यांच्या विक्रेता क्षमतेचा पाया आहे.' स्पष्ट करा. 8
- (ड) नियोजित विक्री प्रणालीचे वर्णन करा. 8
5. संक्षिप्त उत्तरे लिहा :
  - (अ) जाहिरातीच्या सृजनशील (Creative) व्यूह नीतिच्या वैशिष्ट्यांना सूचीबद्ध करा. 4
  - (ब) विक्रीसंवर्धन कार्यक्रमासाठीच्या युक्तीवादातील मुद्दे नमूद करा. 4
  - (क) विक्रेत्यांच्या वृद्धीसंधी कशा सुधारता येतील ? 4
  - (ड) कुशल विक्रेत्यांना विक्रीची अधिक क्षमता कां असते ? 4

**Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester-IV Examination**  
**ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MAGT-IV**  
**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 कार्यक्रम के निर्माण संबंध की विविध बातों को लिखिए। 8  
 (ब) विज्ञापन में शीर्षक एवं मसौदा लिखने की प्रक्रिया बताइए। 8
- अथवा**
- (क) विक्रेता टि.व्ही. विज्ञापन देना क्यों अधिक पसंद करते हैं ? 8  
 (ड) विज्ञापन के मुद्रित माध्यम के महत्व पर प्रकाश दीजिए। 8
2. (अ) विक्रय संवर्धन कार्यक्रम में समाविष्ट क्रियाओं की सूची कीजिए। 8  
 (ब) विक्रय संवर्धन के साधनों की एवं तकनीकों की चर्चा कीजिए। 8
- अथवा**
- (क) FMCG उत्पाद के लिए विक्रय संवर्धन आंदोलन का ढाँचा तैयार कीजिए। 8  
 (ड) विक्रय संवर्धन में प्रदर्शियों एवं व्यापारिक मेलाओं की उपयोगिता बताइए। 8
3. (अ) नियोजित अर्थव्यवस्था में विक्रय की भूमिका का परीक्षण कीजिए। 8  
 (ब) विक्रेताओं में नए गुणों का विकास करने से विक्रय वृद्धि के अवसरों में कैसी बढोत्तरी होती है ? 8
- अथवा**
- (क) विक्रेता एक जीवन वृत्ती, इस स्वरूप पर सविस्तार लिखिए। 8  
 (ड) विक्रेताओं में नई कुशलताएं प्राप्त करने के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम के कारकों पर लिखिए। 8
4. (अ) विक्रेताओं के व्यक्तिगत क्षमता को सुधार हेतु उपाय दर्शाइए। 8  
 (ब) विक्रेताओं को आवश्यक उत्पाद ज्ञान के न्यूनतम स्तर को स्पष्ट कीजिए। 8
- अथवा**
- (क) 'विक्रेताओं की कुशलता यह उनके क्षमता की नींव है।' स्पष्ट कीजिए। 8  
 (ड) नियोजित विक्रय प्रणाली का वर्णन कीजिए। 8
5. संक्षेप में उत्तर लिखिए :  
 (अ) विज्ञापन के सृजनशील व्यूहनीति (Creative Strategy) की विशेषताओं को सूचीबद्ध कीजिए। 4  
 (ब) विक्रय संवर्धन कार्यक्रम के लिए युक्तिवाद के मुद्दों को दर्शाइए। 4  
 (क) विक्रेताओं के वृद्धि अवसरों का सुधार कैसे किया जा सकता है ? 4  
 (ड) कुशल विक्रेताओं में विक्रय क्षमता क्यों होती है ? 4