

Total No. of Printed Pages: 4

SUBJECT CODE NO: - X-3079
FACULTY OF COMMERCE AND MANAGEMENT
B. COM (CBCGS)(Pattern-2018-22) T.Y (Sem – VI)
Examination April / May - 2024
Optional Paper VI (Elective) 3. Advertising Salesmanship

[Time: 3 Hours]

[Max. Marks: 80]

Please check whether you have got the right question paper.

- N. B.
- 1) Question number One is Compulsory.
 - 2) Solve only five questions from question number 2 to question number 7.

Q1 Section A and B

A) Multiple Choice Question

5

अ) बहुपर्याई प्रश्न

1. Sales promotion tools that aim to trigger short-term customer involvement or build relationships are classified into _____

- | | |
|-----------------------------|------------------------|
| a) Inbound Promotion | b) Outbound Promotion |
| c) Organizational Promotion | d) Consumer Promotions |

अल्प मुदतीच्या ग्राहकांचा सहभाग किंवा नातेसंबंध निर्माण करण्याचे उद्दिष्ट ठेवणारी विक्री प्रोत्साहन साधने _____ वर्गीकृत आहेत.

- | | |
|----------------------|---------------------|
| a) इनबाउंड प्रमोशन | b) आउटबाउंड प्रमोशन |
| c) संस्थात्मक प्रचार | d) ग्राहक प्रचार |

2. Advertising is affected by _____ forces.

- | | |
|------------------|-----------------|
| a) Economic | b) Social |
| c) Technological | d) All of above |

जाहिरातींवर _____ शक्तींचा परिणाम होतो

- | | |
|-------------|--------------|
| a) आर्थिक | b) सामाजिक |
| c) तांत्रिक | d) वरील सर्व |

3. The primary effect of advertising on consumers is _____.

- | | |
|------------------|-----------------|
| a) Psychological | b) Sociological |
| c) Economical | d) Technical |

जाहिरातींचा प्रामुख्याने ग्राहकांवर _____ प्रभाव पडतो

- | | |
|------------------|------------------|
| a) मानसशास्त्रीय | b) समाजशास्त्रीय |
| c) आर्थिक | d) तांत्रिक |

4. The aim of sales promotion is to provide incentives to _____.
 a) Websites b) Web Banner and Button
 c) Popups d) All of the above
 विक्री प्रोत्साहन ____ ला प्रोत्साहन देण्याचा प्रयत्न आहे
 a) वेबसाइट्स b) वेब बॅनर आणि बटण
 c) पॉपअप d) वरील सर्व
5. _____ can be beneficial for customers who lack knowledge.
 a) Print media b) Social Media
 c) Broadcast media d) None of the above
 _____ मीडिया निरक्षर ग्राहकांसाठी उपयुक्त आहे
 a) प्रिंट मीडिया b) सोशल मीडिया
 c) प्रसार माध्यम d) वरीलपैकी काहीही नाही

B) Answer in One Sentence

ब) एका वाक्यात उत्तर द्या

1. What is the definition of publicity?
 प्रसिद्धीची व्याख्या काय?
2. Define the definition of 'agency'
 'एजन्सी' ची व्याख्या निश्चित करा
3. Explain the definition of Sales Promotion
 विक्री प्रोत्साहनाची व्याख्या स्पष्ट करा.
4. What is Full Form of A.I.D.A.?
 A.I.D.A. चे पूर्ण रूप काय आहे?
5. What is Social Media?
 सोशल मीडिया म्हणजे काय?

C) Fill in the Blank.

क) रिकाम्या जागा भरा.

1. Currently, most advertisers are focused on _____ electronics.
 सध्या, बहुतेक जाहिरातदारांचे लक्ष _____ इलेक्ट्रॉनिक्सवर आहे.
2. Vouchers, small gifts and other incentives are part of _____
 व्हाउचर, लहान भेटवस्तू आणि इतर प्रोत्साहने _____ चा भाग आहेत.
3. The function of _____ is to increase sales volume.
 _____ कार्य विक्रीचे प्रमाण वाढवणे आहे.

4. Email advertising is the sending of advertisements through _____
ईमेल जाहिरात म्हणजे _____ द्वारे जाहिराती पाठवणे.

5. The fastest growing advertising medium is _____
सर्वात वेगाने वाढणारे जाहिरात माध्यम _____ आहे.

D) State the following sentences True or False

ड) खालील वाक्ये सत्य किंवा असत्य सांगा

1. Advertising is a two-way communication process.
जाहिरात ही दुतर्फा संवाद प्रक्रिया आहे.

2. Advertisements do not provide consumers with important information about the product or service, including information about where the product or service is sold.
जाहिराती ग्राहकांना उत्पादन किंवा सेवेबद्दल महत्त्वाची माहिती पुरवत नाहीत, ज्यामध्ये उत्पादन किंवा सेवा कुठे विकली जाते या माहितीसह.

3. Group advertising may be formative, persuasive, or memory-oriented in nature.
समूह जाहिराती स्वरूपाची, प्रेरणादायी किंवा स्मृती-केंद्रित असू शकतात.

4. AIDA is a hierarchical or sequential model of effects used to explain how advertising works.
AIDA हे प्रभावांचे श्रेणीबद्ध किंवा अनुक्रमिक मॉडेल आहे जे जाहिरात कसे कार्य करते हे स्पष्ट करण्यासाठी वापरले जाते.

5. The Internet is the only truly global medium that provides information and intelligence that can be accessed instantly from anywhere in the world.
इंटरनेट हे एकमेव खरे जागतिक माध्यम आहे जे माहिती आणि बुद्धिमत्ता प्रदान करते ज्यात जगातील कोठूनही त्वरित प्रवेश करता येतो.

Q2 What do you mean by Salesmanship? Explain essentials of Effective Selling. 12
सेल्समनशिप म्हणजे काय? प्रभावी विक्रीच्या आवश्यक गोष्टी स्पष्ट करा.

Q3 Define Sale Process, Explain various stages in a sale process 12
विक्री प्रक्रिया परिभाषित करा, विक्री प्रक्रियेतील विविध टप्पे स्पष्ट करा.

Q4 What is Media? What are the merits and limitations of media? 12
मीडिया म्हणजे काय? माध्यमांचे गुण आणि मर्यादा काय आहेत?

Q5 Discuss the important advertising media and point out their relative role and advantages. 12
महत्त्वाच्या जाहिरात माध्यमांची चर्चा करा आणि त्यांची सापेक्ष भूमिका आणि फायदे दर्शवा.

Q6 Explain the role of advertising agency in advertising and salesmanship.
जाहिरात एजन्सीची जाहिरात आणि सेल्समनशिपमधील भूमिका स्पष्ट करा.

12

Q7 Write Short Notes (Any Three)
टिपा लिहा (कोणतेही तीन)

12

- a) Attitude and Values of Salesman
सेल्समनची वृत्ती आणि मूल्ये
- b) Advertising Department
जाहिरात विभाग
- c) Electronic Media
इलेक्ट्रॉनिक मीडिया
- d) Essentials' of good advertisement
चांगल्या जाहिरातीची आवश्यक बाबी

