

Time: 2 Hours

Total Marks: 60

N.B:

- 1) All questions are compulsory.
- 2) Figures to the right indicate full marks.

Q. 1) (a) Discuss the classification of advertising with suitable examples. (08)

(b) Explain AIDA model of E.K. Strong. (07)

OR

(c) What are the criteria considered by an advertiser while selecting an ad agency? (08)

(d) Write a note on "Forms of digital media". (07)

Q. 2) (a) Develop an ad copy for print media. (08)

(b) Discuss the various pre-testing methods of testing advertising effectiveness? (07)

OR

(c) Explain the social contribution of advertising with examples. (08)

(d) Write a note on "Advertising Standard Council of India (ASCI)". (07)

Q. 3) (a) Discuss the types of Art of Selling. (08)

(b) Bring out the various qualities of an effective salesman. (07)

OR

(c) Suggest the various training methods for training salesforce. (08)

(d) Elaborate the objectives of sales organization. (07)

Q. 4) A) Fill in the blanks with appropriate options. (05)

1) _____ advertisements are targeted towards wholesalers and retailers.

- | | |
|------------------|------------------|
| a) Trade | b) Consumers |
| c) Professionals | d) Manufacturers |

2) According to Hierarchy of Effects Model, the job of the advertiser is to encourage the customer to go through the _____ steps and purchase the product.

- | | |
|---------|----------|
| a) Four | b) Five |
| c) Six | d) Seven |

3) _____ is one of the components of broadcasting copy of advertisement.

- | | |
|------------|--------------------|
| a) Jingle | b) Creative pitch |
| c) Traffic | d) Click to action |

4) _____ is one of the functions of sales management.

- | | |
|------------------------|----------------------------|
| a) Quality Maintenance | b) Maintenance of machines |
| c) Production capacity | d) Sales Planning |

5) _____ is one of the limitations of sales forecasting.

- | | |
|-------------------------------|----------------------------|
| a) Lack of past sales figures | b) Improved sales process |
| c) Better resource allocation | d) Make strategic decision |

Q. 4. B) State whether the following statements are True or False. (05)

- 1) Advertisement influences to diverse group such as customers, employees, investors etc.
- 2) 'Tata tea' ad campaign helps to create social awareness in the society.
- 3) There are no specific professional courses available in the field of advertising.
- 4) In need-oriented selling, a salesperson will identify needs of a customer through different questions and then present a solution to those needs of the customer.
- 5) A sales territory refers to a geographical area assigned to a salesman for the purpose of marketing the products of his concern.

Q. 4. C) Match the Column. (05)

Group A	Group B
1) Sponsorship	a) Salary plus commission
2) IBM	b) Sales forecasting method
3) ASCI	c) Component of IMC
4) Salesforce compensation method	d) Formulation and administration of the rules and regulations and laws relating to information, broadcasting, the press and films in India
5) Expert Opinion	e) Ensures truthfulness and honesty in advertising

OR

Q4. Write Short notes on (Any Three) (15)

- 1) Limitations of sales forecasting.
- 2) Sales Audit
- 3) Factors determining sales territory
- 4) Importance of customer feedback
- 5) Role of IT in data mining

(मराठी रुपांतर)

(वेळ: २ तास)

(गुण: ६०)

सूचना १) सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.

२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

३) इंग्रजी भाषेतील प्रश्नपत्रिका प्रमाण मानवी.

प्र.१ला. (अ) जाहिरातीच्या वर्गीकरणाची योग्य उदाहरणांसह चर्चा करा. (०८)

(ब) ई.के.स्ट्रॉन्ग चे AIDA मॉडेल स्पष्ट करा. (०७)

किंवा

(क) जाहिरात एजन्सी निवडताना जाहिरातदार कोणते निकष विचारात घेतात? (०८)

(ड) "डिजिटल माध्यमांचे प्रकार" यावर एक टीप लिहा. (०७)

प्र.२रा. (अ) छापील माध्यमांसाठी जाहिरात प्रत विकसित करा. (०८)

(ब) जाहिरात परिणामकारकता तपासण्याच्या विविध पूर्व-चाचणी पद्धतींची चर्चा करा? (०७)

किंवा

(क) जाहिरातींचे सामाजिक योगदान उदाहरणांसह स्पष्ट करा. (०८)

(ड) 'भारतीय जाहिरात मानांकन परिषद (ASCI)' वर एक टीप लिहा. (०७)

प्र.३रा. (अ) विक्री कलांच्या (Art of selling) प्रकारांची चर्चा करा. (०८)

(ब) प्रभावी सेल्समनचे विविध गुणांवर चर्चा करा. (०७)

किंवा

(क) विक्री कर्मचाऱ्यांना प्रशिक्षण देण्यासाठी विविध प्रशिक्षण पद्धती सुचवा. (०८)

(ड) विक्री संस्थेची उद्दिष्टे स्पष्ट करा. (०७)

प्र. ४था अ) खालील दिलेल्या पर्यायांपैकी योग्य तो पर्याय निवडा. (०५)

१. _____ जाहिरातींद्वारे घाऊक विक्रेते आणि किरकोळ विक्रेत्यांना लक्षित केले जाते.

अ) व्यापार

ब) ग्राहक

क) प्रोफेशनल

ड) उत्पादक

२. Hierarchy of Effects Model नुसार, जाहिरातदाराचे काम ग्राहकाला _____ पायऱ्या पार करून उत्पादन खरेदी करण्यास प्रोत्साहित करणे आहे.

अ) चार

ब) पाच

क) सहा

ड) सात

३. _____ हा जाहिरातीच्या प्रसारण (Broadcasting) प्रतीच्या घटकांपैकी एक आहे.

अ) जिंगल

ब) क्रिएटिव्ह पीटच्

क) ट्राफिक

ड) क्लिक टू अॅक्शन

४. _____ हे विक्री व्यवस्थापनाचे एक कार्य आहे.

अ) गुणवत्ता देखभाल

ब) मशीनची देखभाल

क) उत्पादन क्षमता

ड) विक्री नियोजन

५. _____ ही विक्री अंदाजाच्या मर्यादांपैकी एक आहे.

- अ) मागील विक्रीच्या आकडेवारीचा अभाव ब) विक्री प्रक्रियेत सुधारणा
क) संसाधनांचे उत्तम वाटप ड) धोरणात्मक निर्णय घेणे

प्र. ४था. ब) खालील विधाने सत्य किंवा असत्य ते सांगा.

(०५)

- १) विविध गट जसे की ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार इत्यादींवर जाहिरातीचा प्रभाव होतो.
- २) 'टाटा चहा' जाहिरात मोहीम समाजात सामाजिक जाणीव निर्माण करण्यास मदत करते.
- ३) जाहिरात क्षेत्रात कोणतेही विशिष्ट व्यावसायिक अभ्यासक्रम उपलब्ध नाहीत.
- ४) गरजाभिमुख विक्रीमध्ये, विक्रेता वेगवेगळ्या प्रश्नांद्वारे ग्राहकाच्या गरजा ओळखतो आणि नंतर ग्राहकाच्या त्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी उपाय सादर करतो.
- ५) विक्री क्षेत्र म्हणजे एखाद्या सेल्समनला त्याच्या उत्पादनाकरिता विपणन करण्याच्या उद्देशाने नियुक्त केलेले भौगोलिक क्षेत्र.

प्र. ४था. क) योग्य जोड्या लावा

(०५)

गट अ	गट ब
१. प्रायोजकत्व	अ) पगार आणि कमिशन
२. IBM	ब) विक्री अंदाज पद्धत
३. ASCI	क) IMC चा घटक
४. विक्री कर्मचाऱ्यांच्या मोबदल्याची पद्धत	ड) भारतातील माहिती, प्रसारण, छापील आणि चित्रपटांशी संबंधित नियम आणि कायदे आणि प्रशासन तयार करणे
४. तज्ञांचे मत	ई) जाहिरातीमध्ये सत्यता आणि प्रामाणिकपणा सुनिश्चित करते

किंवा

प्र. ४था. टीपा लिहा (कोणत्याही तीन)

(१५)

- १) विक्री अंदाजच्या मर्यादा.
- २) विक्री ऑडिट
- ३) विक्री क्षेत्र निश्चित करणारे घटक
- ४) ग्राहकांच्या अभिप्रायाचे महत्त्व
- ५) माहिती खननमध्ये आयटीची भूमिका