

Time: 2 ½ Hours

Total Marks: 75

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

2) Figures to the right indicate full marks.

**Q1)** A) Discuss the various classifications of advertising. (15)

**OR**

B) Explain various methods of setting advertising budgets with suitable examples. (15)

**Q2)** A) Develop an advertising copy for digital media. (15)

**OR**

B) Write a note on the Advertising Standards Council of India (ASCI). (15)

**Q3)** A) What is Sales Management? Explain its functions. (15)

**OR**

B) Suggest the various compensation methods for sales personnel. (15)

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

1) In the AIDA model by E.K. Strong, what does 'I' stand for \_\_\_\_\_.

- |              |                |
|--------------|----------------|
| a) Interest  | b) Information |
| c) Influence | d) Intention   |

2) \_\_\_\_\_ is one major reason for losing clients in an advertising agency.

- |                            |                             |
|----------------------------|-----------------------------|
| a) Strong creativity       | b) Poor service quality     |
| c) Effective communication | d) High client satisfaction |

3) \_\_\_\_\_ is a pre-test method used in advertising research.

- |                    |                             |
|--------------------|-----------------------------|
| a) Sales tracking  | b) Market share measurement |
| c) Profit analysis | d) Focus group discussions  |

4) \_\_\_\_\_ is a key quality of an effective salesman.

- |                     |                                |
|---------------------|--------------------------------|
| a) Shyness          | b) Strong communication skills |
| c) Passive attitude | d) Carelessness                |

5) \_\_\_\_\_ recent trend in sales management involves analyzing customer data to improve decision-making.

- |                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| a) Traditional marketing | b) Tele-calling  |
| c) Data mining           | d) Manual filing |

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

1. Integrated Marketing Communication (IMC) includes elements like sales promotion, direct marketing, and PR.
2. Advertising has no impact on the economy of a country.
3. Careers in advertising include roles such as copywriter, media planner, and account executive.
4. The "Art of Selling" includes different types of selling like direct selling and consultative selling.
5. Sales planning includes only setting sales quotas.

**Q.4 C) Match the columns: (05)**

Column 'A'	Column 'B'
1. Hierarchy of Effects Model	a. TV industry standards
2. Indian Broadcasting Foundation	b. Lavidge and Steiner
3. Sales force motivation	c. On-the-job and Off-the-job
4. Product-based structure of a sales organization.	d. Incentives and rewards
5. Salesforce Training Methods	e. Focus on product lines

**Q.5 Write Short Notes (Any Three) (15)**

- 1) Sales Planning
- 2) Limitations of Sales Forecasting
- 3) Sales Audit
- 4) Factors Determining Sales Territory
- 5) Importance of Customer Feedback

\*\*\*\*\*

मराठी रुपांतर

वेळ: २ ½ तास

गुण: ७५

- सूचना १) सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.  
२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.  
३) इंग्रजी भाषेतील प्रश्नपत्रिका प्रमाण मानवी

- प्र.१ . अ) जाहिरात वर्गीकरणाचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. (१५)  
किंवा  
ब) जाहिरात बजेट निश्चित करण्याच्या विविध पद्धती उदाहरणांसह समजावून सांगा. (१५)
- प्र.२ . अ) डिजिटल मिडियासाठी जाहिरात प्रत तयार करा. (१५)  
किंवा  
ब) भारतीय जाहिरात मानक परिषद (ASCI) यावर एक टिप लिहा. (१५)
- प्र.३ . अ) विक्री व्यवस्थापन म्हणजे काय? त्याचे कार्य समजावून सांगा. (१५)  
किंवा  
ब) विक्री कर्मचाऱ्यांसाठी वेतन निश्चितीच्या विविध पद्धती सुचवा. (१५)
- प्र.४ . अ) खालील बहुपर्यायी प्रश्नांची उत्तरे द्या : (०५)
- १) E.K. Strong यांच्या AIDA मॉडेलमध्ये 'I' या अक्षराचा अर्थ \_\_\_\_\_ आहे.  
अ) Interest (स्वारस्य) ब) Information (माहिती)  
क) Influence (प्रभाव) ड) Intention (उद्देश)
- २) जाहिरात संस्थेत ग्राहक गमावण्याचे एक मुख्य कारण \_\_\_\_\_ आहे.  
अ) उत्कृष्ट सर्जनशीलता ब) सेवा गुणवत्तेचा अभाव  
क) प्रभावी संवाद ड) उच्च ग्राहक समाधान
- ३) जाहिरात संशोधनात वापरली जाणारी एक पूर्व-परीक्षण पद्धत म्हणजे \_\_\_\_\_.  
अ) विक्री निरीक्षण ब) बाजार हिस्सा मोजणी  
क) नफा विश्लेषण ड) फोकस गट चर्चा
- ४) प्रभावी विक्रेत्याचा एक प्रमुख गुण \_\_\_\_\_ आहे.  
अ) लाजाळूपणा ब) उत्कृष्ट संवाद कौशल्य  
क) निष्क्रिय वृत्ती ड) बेपर्वा वागणूक
- ५) विक्री व्यवस्थापनातील एक अलीकडील प्रवाह म्हणजे ग्राहक डेटाचे विश्लेषण करून निर्णय घेणे, याला \_\_\_\_\_ म्हणतात.  
अ) पारंपरिक विपणन ब) टेलि-कालिंग  
क) डेटा खनन ड) मॅन्युअल फाईलिंग

प्र.४ . ब) खालील विधाने चूक की बरोबर ते सांगा:

(०५)

- १) एकात्मिक विपणन संवाद (IMC) मध्ये विक्री प्रचार, थेट विपणन आणि जनसंपर्क (PR) यांसारख्या घटकांचा समावेश होतो.
- २) जाहिरातीचा देशाच्या अर्थव्यवस्थेवर काहीही परिणाम होत नाही.
- ३) जाहिरात क्षेत्रातील करियर मध्ये कॉपीरायटर, मिडिया प्लॅनर आणि अकाउंट एक्झिक्युटिव्ह यांसारख्या भूमिका असतात.
- ४) "विक्रीचे कौशल्य" यात थेट विक्री आणि सल्लागार विक्री यांसारख्या विविध विक्री प्रकारांचा समावेश होतो.
- ५) विक्री नियोजन मध्ये फक्त विक्री लक्ष्य सेट करणे समाविष्ट होते.

प्र.४ . क) खालील जोड्या जुळवा :

(०५)

‘अ’ गट	‘ब’ गट
१ .हायरार्की ऑफ इफेक्ट्स मॉडेल	अ. टीव्ही इंडस्ट्रीचे मानक
२ .इंडियन ब्रॉडकास्टिंग फाउंडेशन	ब. लॅव्हिज आणि स्टेनर
३ .विक्री कर्मचाऱ्यांचे प्रेरणादायक घटक	क. ऑन-द-जॉब आणि ऑफ-द-जॉब
४ .विक्री संघटनेची उत्पादन आधारित रचना	ड .प्रोत्साहने आणि मोबदला
५ .विक्री कर्मचारी प्रशिक्षण पद्धती	इ .उत्पादन श्रेणीवर लक्ष देणे

प्र.५ . टिपा लिहा . (कोणत्याही तीन)

(१५)

- अ) विक्री नियोजन
- ब) विक्री पूर्वानुमानाचे मर्यादा
- क) विक्री लेखापरीक्षण
- ड) विक्री क्षेत्र निश्चितीचे घटक
- ई) ग्राहक अभिप्रायाचे महत्त्व

\*\*\*\*\*