

This question paper contains 4 parts

B.Com. (Pt. III)

3161-II (vi)

Busi. Admn. II (vi)

B.Com. (Part III) EXAMINATION, 2016

(10+2+3 Pattern)

(Faculty of Commerce)

BUSINESS ADMINISTRATION

Second Paper

(vi) Sales Promotion and Sales Management

Time : Three Hours

Maximum Marks : 100

Answers of all the questions (Short answer as well as descriptive) are to be given in the main answer-book only. Answers of short answer type questions must be given in sequential order. Similarly all the parts of one question of descriptive part should be answered at one place in the answer-book. One complete question should not be answered at different places in the answer-book.

सभी (लघूत्तरात्मक तथा वर्णनात्मक) प्रश्नों के उत्तर मुख्य उत्तर-पुस्तिका में ही लिखें। लघूत्तरात्मक प्रश्नों के उत्तर प्रश्नों के क्रमानुसार ही दें। इसी प्रकार किसी भी एक वर्णनात्मक प्रश्न के अन्तर्गत पूछे गए विभिन्न भागों के उत्तर, उत्तर-पुस्तिका में अलग-अलग स्थानों पर हल करने के बजाय एक ही स्थान पर क्रमानुसार हल करें।

P.T.O.

PART-I : SHORT ANSWER Maximum Marks : 40

Answer of Question No. 1 (i) to (v) should not exceed 20 words. Each question carries 2 marks. Answer of Question No. 2 (i) to (v) should not exceed 50 words. Each question carries 4 marks.

प्रश्न संख्या 1 (i) से (v) का उत्तर 20 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए। प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है। प्रश्न संख्या 2 (i) से (v) का उत्तर 50 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए। प्रत्येक प्रश्न 4 अंक का है।

1. (i) Define sales promotion.
विक्रय संवर्द्धन को परिभाषित कीजिये।
- (ii) What is personal selling ?
वैयक्तिक विक्रय क्या है ?
- (iii) Explain dealer promotion.
व्यापारी संवर्द्धन को स्पष्ट कीजिये।
- (iv) What is premium ?
प्रीमियम क्या है ?
- (v) Define selling as a career.
'विक्रय एक जीवनवृत्ति के रूप में' को परिभाषित कीजिये।
- (vi) What is customer relations ?
ग्राहक सम्बन्धों से क्या आशय है ?
- (vii) Explain the term 'remuneration'.
'पारिश्रमिक' शब्दावली को स्पष्ट कीजिये।
- (viii) Define 'sales quota'.
'विक्रय अभ्यंश' को परिभाषित कीजिये।
- (ix) What is 'sales call' ?
'विक्रय बुलावा' क्या है ?
- (x) Explain 'salesman's report'.
'विक्रयकर्ता के प्रतिवेदन' को स्पष्ट कीजिये।

2. (i) Distinguish between **advertising** and **personal selling**.
विज्ञापन तथा वैयक्तिक विक्रय में भेद कीजिये।
- (ii) List out the main methods of sales promotion of industrial products.
औद्योगिक वस्तुओं के लिए विक्रय संवर्द्धन की प्रमुख विधियों को बताइये।
- (iii) Under the product knowledge what aspects will you keep in mind ?
उत्पाद ज्ञान (जानकारी) के अन्तर्गत आप किन-किन पहलुओं को ध्यान में रखेंगे ?
- (iv) Explain a planned selling approach.
एक नियोजित विक्रय तरीके को स्पष्ट कीजिये।
- (v) Explain the meaning and characteristics of a sales territory.
विक्रय प्रदेश के अर्थ एवं विशेषताओं को स्पष्ट कीजिये।

PART-II : DESCRIPTIVE Maximum Marks : 60

Attempt *three* questions in all, selecting *one* question from each Section.

Each question carries 20 marks.

प्रत्येक खण्ड में से एक प्रश्न का चयन करते हुए,
कुल तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिये।
प्रत्येक प्रश्न 20 अंक का है।

Section A (खण्ड 'अ')

3. Describe the functions of sales promotion department. 20
विक्रय संवर्द्धन विभाग के कार्यों को वर्णित कीजिये।

Section B (खण्ड 'ब')

4. Define effective speaking. Explain the role of selling in a planned economy. 6-14
प्रभावी बोलचाल को परिभाषित कीजिये। एक नियोजित अर्थव्यवस्था में विक्रय की भूमिका को स्पष्ट कीजिये।

Section B (खण्ड 'ब')

4. Define effective speaking. Explain the role of selling in a planned economy. 6-14
प्रभावी बोलचाल को परिभाषित कीजिये। एक नियोजित अर्थव्यवस्था में विक्रय की भूमिका को स्पष्ट कीजिये।

Or (अथवा)

Discuss a sound motivation process. 20
एक अच्छे अधिप्रेरण प्रक्रिया का वर्णन कीजिये।

Section C (खण्ड 'स')

5. What factors should be considered while setting sales quota ? Also state the limitations in setting the sales quota. 10+10
विक्रय कोटा निर्धारित करते समय किन तत्वों को ध्यान में रखना चाहिये ? विक्रय कोटा निर्धारित करने की सीमाओं का भी उल्लेख कीजिये।

Or (अथवा)

Write short notes on the following : 10+10

- (i) Consumers buying motives
(ii) Control of sales operations.
निम्न पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिये :
(i) उपभोक्ता क्रय प्रेरणायें
(ii) विक्रय क्रियाओं पर नियन्त्रण।