

Time: 2 Hours

Total Marks: 60

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

Q. 1 Answer the Following

- a) Define Advertising. Discuss the Classification of Advertising. (08)
 - b) Explain the various reasons for which an Ad agency can loose their clients. (07)
- OR**
- c) Briefly describe the methods of setting Advertising Budget (08)
 - d) Discuss Hierarchy of Effects Model of Advertising (07)

Q. 2. Answer the Following

- a) How to develop an advertising copy for print media? (08)
 - b) Elaborate various methods of pre-testing of advertising effectiveness. (07)
- OR**
- c) Discuss the various careers in the field of advertising. (08)
 - d) Write a note on Information and Broadcasting Ministry (IBM). (07)

Q. 3 Answer the Following

- a) Explain the functions of Sales Management. (08)
 - b) Explain the Training Methods of Sales Force. (07)
- OR**
- c) What is Sales Force Management? Explain its Selection Procedure. (08)
 - d) Explain the structure of Sales Organisation. (07)

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

- 1) The _____ department is the link between the ad agency and its clients.
 - a) Finance
 - b) media
 - c) Account service
 - d) creative
- 2) _____ technologies simulate an environment along with user's physical presence and sensory experience.
 - a) Digital Games
 - b) Virtual Reality
 - c) Napkin Ad
 - d) Myst Media
- 3) ASCI stands for _____
 - a) Advertising Soft Copy Index
 - b) Advertising Standard Cost Index
 - c) Advertising Statistics Council of India
 - d) Advertising Standard Council of India

- 4) When the _____ is posted to find candidates, the goal is to attract highly skilled sales professionals willing to take on the challenges.
 - a) job description
 - b) resume
 - c) cover letter
 - d) Advertisement
- 5) _____ Technique contains a panel of experts for sales forecasting.
 - a) Suppliers' Panel
 - b) Test Marketing
 - c) Moving Averages
 - d) Delphi

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

- 1) In AIDA Model 'D' stands for direction.
- 2) Post testing of advertising effectiveness is not required.
- 3) Advertising campaigns of 'Vicco' support to Ayurveda.
- 4) Teleconference sales training can be a cost-effective method, as the sales staff does not have to travel to go through training.
- 5) Jury of Executive Opinion is the old method of sales forecasting.

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

Group A	Group B
1) Jingles and Music	a) Phone interview
2) Dagmar Model	b) Estimation of sales
3) Tele-conferencing	c) Logical conclusion of sales call
4) Closing sales	d) Broadcasting media
5) Sales Forecasting	e) Russel Colley

OR

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

- 1) Process of Sales Planning
- 2) Methods of Sales Quota
- 3) Sales Territory
- 4) Customer Feedback
- 5) Role of IT in sales Management

मराठी रुपांतर

वेळ : २ तास

गुण : ६०

सूचना: १. सर्व प्रश्न आवश्यक आहेत.

२. उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र. १. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ) जाहिरातीची व्याख्या लिहा. जाहिरातीच्या वर्गीकरणावर चर्चा करा. (०८)

ब) जाहिरात एजन्सी त्यांचे ग्राहक गमावू शकते त्याची विविध कारणे स्पष्ट करा. (०७)

किंवा

क) जाहिरात अंदाजपत्रक तयार करण्याच्या पद्धतींचे थोडक्यात वर्णन करा (०८)

ड) जाहिरातीच्या इफेक्ट्स मॉडेलच्या पदानुक्रमावर चर्चा करा (०७)

प्र. २. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ) प्रिंट मीडियासाठी जाहिरात प्रत कशी विकसित करावी? (०८)

ब) जाहिरात परिणामकारकतेच्या पूर्व-चाचणीच्या विविध पद्धती विस्तृत करा. (०७)

किंवा

क) जाहिरात क्षेत्रातील विविध करिअरची चर्चा करा. (०८)

ड) माहिती आणि प्रसारण मंत्रालय (IBM) वर एक टीप लिहा. (०७)

प्र. ३. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ) विक्री व्यवस्थापनाची कार्ये स्पष्ट करा. (०८)

ब) विक्री दलाच्या प्रशिक्षण पद्धती स्पष्ट करा. (०७)

किंवा

क) सेल्स फोर्स मॅनेजमेंट म्हणजे काय? त्याची निवड प्रक्रिया स्पष्ट करा. (०८)

ड) विक्री संस्थेची रचना स्पष्ट करा. (०७)

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

१) _____ विभाग हा जाहिरात एजन्सी आणि त्याचे ग्राहक यांच्यातील दुवा आहे.

अ) वित्त

ब) माध्यम

क) खाते सेवा

ड) सर्जनशील

२) _____ तंत्रज्ञान वापरकर्त्याची भौतिक उपस्थिती आणि संवेदी अनुभवासह वातावरणाचे अनुकरण करतात.

अ) डिजिटल गोम्स

ब) आभासी वास्तव

क) नॉपकिन जाहिरात

ड) मिस्ट माध्यम

३) ASCI म्हणजे _____

- अ) अँडवरटाजिंग सॉफ्ट कॉपी इंडेक्स
- ब) अँडवरटाजिंग स्टँडर्ड कॉस्ट इंडेक्स
- क) अडवेटिसिंग स्टॅटिस्टिक्स कौन्सिल ऑफ इंडिया
- ड) अँडवरटाजिंग स्टँडर्ड कौन्सिल ऑफ इंडिया

४) जेव्हा _____ हे उमेदवार शोधण्यासाठी पोस्ट केले जाते, तेव्हा आव्हाने स्वीकारण्यास इच्छुक उच्च कुशल विक्री व्यावसायिकांना आकर्षित करणे हे ध्येय असते.

- अ) नोकरीचे वर्णन
- ब) resume
- क) कव्हर लेटर
- ड) जाहिरात

५) _____ तंत्रामध्ये विक्री पूर्वानुमानासाठी एका तज्ञ पॅनलचा समावेश होतो

- अ) पुरवठादारांचा पॅनल
- ब) चाचणी विपणन
- क) गतिमान सरासरी
- ड) डेलफी (Delphi)

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

(०५)

- १) AIDA मॉडेलमध्ये 'D' म्हणजे मार्ग दाखवणे होय
- २) जाहिरात परिणामकारकतेची उत्तर (Post) चाचणी आवश्यक नसते.
- ३) 'विको'च्या जाहिरात मोहिमा आयुर्वेदाचे समर्थन करतात.
- ४) टेलीकॉन्फरन्स विक्री प्रशिक्षण ही एक किफायतशीर पद्धत असू शकते, कारण विक्री कर्मचाऱ्यांना प्रशिक्षणासाठी प्रवास करावा लागत नाही.
- ५) कार्यकारी मत ही विक्री अंदाजाची जुनी पद्धत आहे .

प्र. ४ क योग्य जोड्या लावा

(०५)

गट अ	गट ब
१)जिंगल्स आणि संगीत	अ) फोन मुलाखत
२) Dagmar मॉडेल	ब) अंदाजलावणे / बांधणे
३)टेली कॉन्फरन्सिंग	क) विक्री कॉलचा तार्किक निष्कर्ष
४) विक्री बंद करणे	ड) प्रसार माध्यमे
५) विक्रीअंदाज	ई) रसेल कोले

किंवा

प्र. ४. टीपा लिहा (कोणत्याही तीन)

(१५)

- १) विक्री नियोजन प्रक्रिया
- २) विक्री कोटा पद्धती
- ३) विक्री प्रांत/ प्रदेश
- ४) ग्राहक अभिप्राय
- ५) विक्री व्यवस्थापनातील माहिती तंत्रज्ञानातील भूमिका
