

12. Explain in detail the DAMGAR approach of advertising.

विज्ञापन का DAGMAR उपागम की विस्तृत व्याख्या कीजिए ।

Or (अथवा)

“Half of the advertising expenditure is a waste.” Comment. **12**

“विज्ञापन व्यय में से आधा बेकार हो जाता है ।” समीक्षा कीजिए ।

13. In your opinion, which media of advertising is more effective ? Justify with suitable example.

आपके विचार से विज्ञापन का कौनसा माध्यम (Media) अधिक प्रभावशाली है ? उचित उदाहरणों सहित बताइए ।

Or (अथवा)

What is Sales Forecasting ? Also explain the techniques of sales forecasting. **11**

विक्रय पूर्वानुमान क्या है ? विक्रय पूर्वानुमान की तकनीकियों की भी व्याख्या कीजिए ।

Subject Code—0542

M. Com. (Second Year) EXAMINATION

(Batch 2009-2017)

ADVERTISING AND SALES MANAGEMENT

MC-206-M

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 70

Section A

खण्ड 'अ'

Note : Attempt any *Seven* questions.

किन्हीं सात प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

1. What do you understand by informative act ?

सूचनात्मक कार्य से आप क्या समझते हैं ?

2. What do you mean by media scheduling ?

मीडिया शेड्यूलिंग से क्या आशय है ?

3. How consumers act as regulatory agent ?
उपभोक्ता कार्य नियामक एजेंट कैसे है ?
4. Write a note on advertising art and layout.
विज्ञापन कला तथा खाका पर एक नोट लिखिए ।
5. What do we need to evaluate the effectiveness of advertising and other promotion programmes ?
विज्ञापन तथा अन्य प्रोन्नत प्रोग्रामों की प्रभावशीलता के मूल्यांकन की हमें क्यों आवश्यकता होती है ?
6. Explain the functioning of Advertising agency.
विज्ञापन एजेंसी के कार्यों की व्याख्या कीजिए ।
7. What is Advertising Appeals ?
विज्ञापन अपील क्या है ?
8. What do you mean by electronic media buying ?
इलैक्ट्रॉनिक मीडिया खरीद से आप क्या समझते हैं ?
9. Does the present sceneario adopt ethics in advertisement ? Comment.
क्या वर्तमान परिदृश्य विज्ञापन में नैतिकता अपनाता है ? समीक्षा कीजिए ।

10. Discuss in detail the pros and cons of measuring advertising effectiveness.

विज्ञापन प्रभावशीलता मापन के लाभ तथा हानि का विस्तृत वर्णन कीजिए ।

Section B

खण्ड 'ब'

Note : Attempt all questions.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

11. Write a detailed note on legal social and ethical aspects of advertising in India.

भारत में विज्ञापन के वैधानिक सामाजिक तथा नैतिक पहलुओं पर एक नोट लिखिए ।

Or (अथवा)

Discuss the role of advertising in creating brand awareness, sales, corporate image and customer loyalty. 12

ब्राण्ड जागरूकता, विक्रय, कॉर्पोरेट इमेज, उपभोक्ता बफादारी बनाने में विज्ञापन की भूमिका का वर्णन कीजिए ।