

(i) Printed Pages : 7

Roll No. ....

(ii) Questions : 14

Sub. Code : 

0	3	5	7
---	---	---	---

Exam. Code : 

0	0	0	4
---	---	---	---

**B.A./B.Sc. (General) 4<sup>th</sup> Semester**  
**1048**

**ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES  
MANAGEMENT (In all Mediums)**

**Paper-IV : Personal Selling and Salesmanship**

**Time Allowed : Three Hours]**

**[Maximum Marks : 100**

- Note :—** (1) Attempt any **four** questions from Section A. Each question is of **5** marks.
- (2) Attempt any **two** questions from Section B. Each question is of **20** marks.
- (3) Attempt any **two** questions from Section C. Each question is of **20** marks.

**SECTION—A**

- I. Differentiate between industrial and consumer market.
- II. Explain briefly techniques of closing sales.
- III. Tour daily and weekly reports.

IV. Problems in selling.

V. Sales manual.

VI. Write a note on post sale activities.

4×5=20

### SECTION—B

VII. "Door to door selling is an effective method of boosting sales".  
Explain.

VIII. During a sales process, what objections can the prospects have ? How can a salesman handle these objections ?

IX. "Attention stage of AIDA model is most important stage from prospect customer point of view." Explain.

X. Define buying motives. Discuss buyer's decision making process in brief.

2×20=40

### SECTION—C

XI. "A good sales person can sell sand in the desert." Do you believe in the statement ?

XII. Explain the various factors affecting the selection of a distribution channel.



XIII. "Sales reports are a useful tool in sales administration, implementation, control and co-ordination." Discuss.

XIV. What are the key elements to make selling as an attractive career ? Also explain the difficulties faced by the sales person.

2×20=40

(हिन्दी माध्यम)

- नोट :— (1) भाग क में से कोई चार प्रश्न करो। प्रत्येक प्रश्न के 5 अंक हैं।
- (2) भाग ख में से कोई दो प्रश्न करो। प्रत्येक प्रश्न के 20 अंक हैं।
- (3) भाग ग में से कोई दो प्रश्न करो। प्रत्येक प्रश्न के 20 अंक हैं।

भाग—क

- I. औद्योगिक और उपभोक्ता बाजार के बीच अंतर स्पष्ट करो।
- II. बंद बिक्री की तकनीकों की संक्षिप्त व्याख्या करें।
- III. दैनिक यात्रा और साप्ताहिक रिपोर्टें।
- IV. बेचने में समस्याएं।

V. बिक्री मैनुअल ।

VI. बिक्री गतिविधियों पर एक नोट लिखें ।

4×5=20

#### भाग—ख

VII. 'दरवाजे से दरवाजे की बिक्री, बिक्री बढ़ाने का एक प्रभावी तरीका है' व्याख्या करें ।

VIII. बिक्री प्रक्रिया के दौरान, संभावनाओं पर कौनसी आपत्तियाँ हो सकती हैं ? एक विक्रेता इन आपत्तियों को कैसे सुलझा सकता है ?

IX. 'ए.आई.डी.ए. मॉडल का ध्यान स्तर पोस्चैकट ग्राहक के दृष्टिकोण से सबसे महत्वपूर्ण चरण है।' व्याख्या करो ।

X. खरीदने का प्रयोजन परिभाषित करें। खरीदार के निर्णय लेने की प्रक्रिया की संक्षिप्त में चर्चा करें।

2×20=40

#### भाग—ग

XI. 'एक अच्छा विक्रेता रेगिस्तान में रेत बेच सकता है।' क्या आप इस कथन पर विश्वास करते हैं ?

XII. वितरण चैनल के चयन को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या करो ।



XIII. 'बिक्री रिपोर्ट बिक्री प्रशासन, कार्यान्वयन, नियंत्रण और समन्वय में एक उपयोगी उपकरण है।' चर्चा करें।

XIV. बिक्री को एक आकर्षक आजीविका के रूप में प्रणीत करने के लिए प्रमुख तत्व क्या हैं ? विक्रेता द्वारा सामना की गई कठिनाइयों की भी व्याख्या करो।

2×20=40

### (पंजाबी अनुवाद)

- ਨੋਟ :—
- (1) ਭਾਗ ਓ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਚਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 5 ਅੰਕ ਹਨ।
  - (2) ਭਾਗ ਅ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 20 ਅੰਕ ਹਨ।
  - (3) ਭਾਗ ਏ ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 20 ਅੰਕ ਹਨ।

### ਭਾਗ—ਓ

- I. ਉਦਯੋਗਿਕ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਅੰਤਰ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰੋ।
- II. ਸਮਾਪਤ ਵਿਕਰੀ ਦੀਆਂ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੀ ਸੰਖਿਪਤ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- III. ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਯਾਤਰਾ ਅਤੇ ਹਫ਼ਤਾਵਾਰੀ ਰਿਪੋਰਟਾਂ।

IV. ਵੇਚਣ ਵਿੱਚ ਸਮੱਸਿਆ।

V. ਸੇਲਜ਼ ਮੈਨੂਅਲ।

VI. ਉਤਰ ਵਿਕਰੀ ਦੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਤੇ ਇੱਕ ਨੋਟ ਲਿਖੋ।  $4 \times 5 = 20$

### ਭਾਗ—ਅ

VII. 'ਦਰਵਾਜ਼ੇ ਤੋਂ ਦਰਵਾਜ਼ੇ ਦੀ ਵਿਕਰੀ, ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਦਾ ਇੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਢੰਗ ਹੈ' ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

VIII. ਵਿਕਰੀ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਦੌਰਾਨ, ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਤੇ ਕਿਹੜੇ ਇਤਰਾਜ਼ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ? ਇੱਕ ਸੇਲਸਮੈਨ ਇਨ੍ਹਾਂ ਇਤਰਾਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸੁਲਝਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ?

IX. 'ਏ. ਆਈ. ਡੀ. ਏ. ਮਾਡਲ ਦਾ ਧਿਆਨ ਪੱਧਰ ਪ੍ਰੋਸਪੈਕਟ ਗ੍ਰਾਹਕ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪੜਾਅ ਹੈ।' ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

X. ਖਰੀਦਣ ਦੇ ਪ੍ਰਯੋਜਨ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ। ਖਰੀਦਦਾਰ ਦੀ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕ੍ਰਿਆ ਬਾਰੇ ਸੰਖਿਪਤ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।  $2 \times 20 = 40$



## ਭਾਗ—ੲ

- XI. ਇੱਕ ਚੰਗਾ ਵਿਕਰੇਤਾ ਰੇਗਿਸਤਾਨ ਵਿੱਚ ਰੇਤ ਵੇਚ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਕਥਨ ਤੇ ਯਕੀਨ ਕਰਦੇ ਹੋ ?
- XII. ਵੰਡ ਚੈਨਲ ਦੀ ਚੋਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- XIII. 'ਸੇਲਜ਼ ਰਿਪੋਰਟਾਂ ਸੇਲਜ਼ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸਨ, ਲਾਗੂ ਕਰਨ, ਨਿਯੰਤਰਣ ਅਤੇ ਤਾਲਮੇਲ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਲਾਭਦਾਇਕ ਔਜ਼ਾਰ ਹਨ।' ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- XIV. ਇੱਕ ਆਕਰਸ਼ਕ ਕਰੀਅਰ ਵਜੋਂ ਵਿਕਰੀ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਦੇ ਮੁੱਖ ਤੱਤ ਕੀ ਹਨ ?  
ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੁਆਰਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕੀਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਮੁਸ਼ਕਿਲਾਂ ਦੀ ਵੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

$$2 \times 20 = 40$$