



**MBH-16080001010601** Seat No. \_\_\_\_\_  
**B. Com. (Sem. I) (CBCS) Examination**  
**November / December - 2016**  
**Personal Selling & Salesmanship - I**

Time : **2½ Hours**

[Total Marks : **70**

**સૂચના :** દરેક પ્રશ્નની જમણી બાજુએ તેના ગુણ દર્શાવેલા છે.

<b>૧</b>	(અ) વિલિયમ સ્ટેન્ટને આપેલ વ્યક્તિગત વેચાણની પ્રક્રિયા સમજાવો. <b>૧૦</b>
	(બ) વેચાણકળા એટલે શું ? વેચાણકળાના ફાયદાઓ વિગતે ચર્ચો. <b>૧૦</b>

**અથવા**

<b>૧</b>	(અ) વ્યક્તિગત વેચાણની પદ્ધતિઓ વિશે વિગતે નોંધ લખો. <b>૧૦</b>
	(બ) સેલ્સમેનના આવશ્યક ગુણો વિશે સવિસ્તર સમજાવો. <b>૧૦</b>
<b>૨</b>	(અ) સફળ થવા માટે સેલ્સમેને શું જાણવું જોઈએ ? <b>૧૦</b>
	(બ) સ્થાયી સેલ્સમેન અને પ્રવાસી સેલ્સમેન વચ્ચેનો તફાવત આપો. <b>૧૦</b>

**અથવા**

<b>૨</b>	(અ) જાહેરાતનો અર્થ જણાવી તેનું મહત્વ સ્પષ્ટ કરો. <b>૧૦</b>
	(બ) વેચાણકળા અને વિજ્ઞાપન વચ્ચેનો તફાવત આપો. <b>૧૦</b>
<b>૩</b>	વેચાણવૃદ્ધિ એટલે શું ? વેચાણવૃદ્ધિની પદ્ધતિઓ વિગતે ચર્ચો. <b>૧૫</b>

**અથવા**

<b>૩</b>	(અ) બજાર સંશોધનના હેતુઓ. <b>૮</b>
	(બ) 'રીડસેક' ફોર્મ્યુલા. <b>૭</b>

<b>૪</b>	ટૂંકનોંધ લખો : (કોઈ પણ બે) (૧) વેચાણવૃદ્ધિ નિર્ણય બૂહરચના (૨) ગ્રાહકના વાંધાઓ (૩) ગ્રાહકના ખરીદ પ્રયોજનો (૪) બજાર સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર. <b>૧૫</b>
----------	---

## ENGLISH VERSION

**Instruction :** Right hand side figures show marks of each question.

1 (a) Explain the Process of Personal Selling according to William Stenton. 10  
(b) What is Salesmanship ? Discuss in detail the Advantages of Salesmanship. 10

**OR**

1 (a) Write a detail note on Methods of Personal Selling. 10  
(b) Explain in detail essential qualities of Salesman. 10

2 (a) What should be known by the Salesman to be successful ? 10  
(b) Distinguish between Counter Salesman and Travelling Salesman. 10

**OR**

2 (a) Give the Meaning of Advertisement and clarify its Importance. 10  
(b) Give difference between Salesmanship and Advertisement. 10

3 What is Sales Promotion? Discuss the Methods of Sales Promotion in Details. 15

**OR**

3 (a) Objectives of Market Research 8  
(b) 'RIDSAC' Formula. 7

4 Write Short Notes : (any two) 15

(1) Sales Promotion Decision Strategy  
(2) Objections of Customers  
(3) Buying Motives of Customers  
(4) Scope of Market Research.