

MS–508/MM–2208**Sales and Distribution Management**

(विक्रय तथा वितरण प्रबन्ध)

Master of Business Administration/P. G. Diploma
in Marketing Management

(MBA-10/12/13/16/17/PGDMM-
10/16/17/MBAH-11)

Fourth/Second Semester, Examination, 2017

Time : 3 Hours

Max. Marks : 80

Note : This paper is of **eighty (80)** marks containing **three (03)** Sections A, B and C. Learners are required to attempt the questions contained in these Sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र अस्सी (80) अंकों का है जो तीन (03) खण्डों 'क', 'ख' तथा 'ग' में विभाजित है। शिक्षार्थियों को इन खण्डों में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

Section–A / खण्ड–क

(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'A' contains four (04) long answer type questions of nineteen (19) marks each. Learners are required to answer *two* (02) questions only.

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए उन्नीस (19) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Discuss the various factors that go into making an effective sales presentation.

एक प्रभावी बिक्री प्रस्तुति बनाने में उपयुक्त विभिन्न कारकों पर चर्चा कीजिए।

2. Describe the objectives, criteria and basis for territory formation.

क्षेत्र गठन के उद्देश्यों, मानदंड और आधार का वर्णन कीजिए।

3. Outline the steps involved in the sales management planning process.

बिक्री प्रबंधन योजना प्रक्रिया में शामिल कदमों की रूपरेखा रखिए।

4. Describe the various quantitative methods of sales forecasting.

बिक्री पूर्वानुमान के विभिन्न मात्रात्मक तरीकों का वर्णन कीजिए।

Section-B / खण्ड-ख

(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of eight (08) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए आठ (08) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. How is sales budgeting linked to sales forecasting ?
विक्रय का बजट कैसे बिक्री पूर्वानुमान से जुड़ा हुआ है ?
2. What are the major tasks of a sales organization ?
बिक्री संगठन के प्रमुख कार्य क्या हैं ?
3. Identify and briefly discuss the selection tools that have been most used to screen and select sales personnel.
उन चयन के तरीकों पर संक्षिप्त रूप से चर्चा कीजिए जो बिक्री कर्मियों के परीक्षण एवं चयन में सबसे अधिक इस्तेमाल होते हैं।
4. Explain how formal sales training programs should be evaluated.
औपचारिक बिक्री प्रशिक्षण कार्यक्रमों का मूल्यांकन कैसे किया जाना चाहिए ? समझाइए।
5. Discuss the role of sales contests in motivation sales personnel.
बिक्री कर्मियों को प्रेरित करने में बिक्री प्रतियोगिताओं की भूमिका पर चर्चा कीजिए।
6. Outline the criteria for a good sales compensation plan.
एक अच्छी बिक्री मुआवजा योजना के लिए मानदंड की रूपरेखा रखिए।

7. Highlight the critical importance of international sales opportunities.

अन्तर्राष्ट्रीय बिक्री के अवसरों के महत्व पर प्रकाश डालिए।

8. Describe sales quotas and performance measures and how they should be established.

बिक्री कोटा और प्रदर्शन उपायों का वर्णन कीजिए और यह बताइए कि उन्हें कैसे स्थापित किया जाना चाहिए।

Section-C / खण्ड-ग

(Objective Type Questions) / (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note : Section 'C' contains ten (10) objective type questions of one (01) mark each. All the questions of this Section are compulsory.

नोट : खण्ड 'ग' में दस (10) वस्तुनिष्ठ प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए एक (01) अंक निर्धारित है। इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

Indicate whether the following statements are True or False.

इंगित कीजिए कि निम्नलिखित कथन सत्य हैं या असत्य।

1. Canned sales presentation refers to a structured sales script memorized by the sales person.

डिब्बाबंद बिक्री प्रस्तुति, बिक्री व्यक्ति द्वारा याद किए गए एक संरचित स्क्रिप्ट को दर्शाती है।

2. Cold calling refers to unsolicited sales calls.

कोल्ड कॉलिंग अवांछित बिक्री कॉलों को संदर्भित करता है।

3. MAN is an approach to qualifying prospects.

MAN प्रॉस्पेक्ट्स की योग्यता आंकने का एक दृष्टिकोण है।

4. 'Push tactics' refer to utilizing advertising and other promotional tools to 'Push' merchandise into the distribution channel.
पुश रणनीति वितरण चैनल में मर्चेडाइज को 'पुश' करने के लिए विज्ञापन और अन्य प्रचार माध्यमों के उपयोग का उल्लेख करती है।
5. Sales potential refers to an individual firm's share of the market potential.
बिक्री की क्षमता, बाजार की क्षमता में, एक कम्पनी का हिस्सा होता है।
6. Delphi techniques refers to a group of experts used to make long range projections.
डेल्फी तकनीक लम्बी अवधि के अनुमानों को बनाने के लिए इस्तेमाल किए गए विशेषज्ञों के समूह को दर्शाती है।
7. 'Percentage of sales method' is a popular sales budgeting technique.
'बिक्री विधि का प्रतिशत' एक लोकप्रिय बिक्री बजट तकनीक है।
8. The formal organization is sometimes called the 'grapevine'.
औपचारिक संगठन को कभी-कभी 'ग्रेपवाइन' कहा जाता है।
9. Amway, Avon and Modicare do not sell their products through direct selling (multilevel marketing).
एमने, एवन और मोदीकेचर, प्रत्यक्ष बिक्री (direct selling) के जरिए अपने उत्पादों को नहीं बेचते हैं।
10. The supply chain constitutes a value delivery network.
आपूर्ति शृंखला एक मूल्य वितरण नेटवर्क का गठन करती है।

MS-508/MM-2208

