

Seat No. : \_\_\_\_\_

**NQ-107**

**December-2015**

**B.Com., Sem.-I**

**CE-101-C : (Advanced Business Management)**

**Sales Management**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

1. (a) ખરીદી અને વેચાણની શૈલીઓ ચર્ચો. 6  
અથવા  
વેચાણ સંચાલન એટલે શું ? તેનું મહત્ત્વ ચર્ચો.
- (b) શું સંઘર્ષ સંચાલન કૌશલ્યો જરૂરી છે ? 4  
અથવા  
વેચાણ સંચાલનમાં બિન-શાબ્દિક માહિતી સંચારનું મહત્ત્વ સમજાવો.
- (c) વેચાણની વિવિધ પરિસ્થિતિઓ ચર્ચો. 4  
અથવા  
વેચાણની વિવિધ વ્યૂહરચનાઓ ચર્ચો.
2. (a) વેચાણ વ્યવસ્થાતંત્રના આયોજન તેમજ અમલીકરણલક્ષી કાર્યો જણાવો. 6  
અથવા  
વેચાણ વ્યવસ્થાતંત્રનું મહત્ત્વ ચર્ચો, તેના પ્રશ્નો જણાવો.
- (b) વેચાણ કર્મચારીનો કાર્યભાર નક્કી કરવાની પદ્ધતિઓ ચર્ચો. 4  
અથવા  
પેદાશ આધારિત વેચાણ વ્યવસ્થાતંત્રની ચર્ચા કરો.
- (c) કાર્ય આધારિત વ્યવસ્થાતંત્ર ચર્ચો. 4  
અથવા  
નોંધ લખો : ગ્રાહક આધારિત વ્યવસ્થાતંત્ર
3. (a) વેચાણકર્તાઓને પ્રાપ્ત કરવા માટેનાં આંતરિક પ્રાપ્તિસ્થાનો જણાવો. 6  
અથવા  
વેચાણદળ માટેનો ભરતીનો ખ્યાલ સમજાવી, તેનું મહત્ત્વ સમજાવો.
- (b) વેચાણકર્તાની પસંદગી પ્રક્રિયા ચર્ચો. 4  
અથવા  
વેચાણદળની પસંદગીમાં જોવા મળતાં પડકારો જણાવો.

- (c) ભરતી કરવા માટેનાં બાહ્ય પ્રાપ્તિસ્થાનો ચર્ચો. 4  
**અથવા**  
ભરતી માટેનું આયોજન કરવું શા માટે જરૂરી છે ?
4. (a) વેચાણ અભિવૃદ્ધિ એટલે શું ? તેના હેતુઓ જણાવો. 6  
**અથવા**  
વેચાણ અભિવૃદ્ધિ સંદર્ભે વિતરકો લક્ષી સાધનો ચર્ચો.
- (b) ગ્રાહકલક્ષી વેચાણ અભિવૃદ્ધિનાં સાધનોનાં ચાર પ્રકારો ચર્ચો. 4  
**અથવા**  
વેચાણ અભિવૃદ્ધિનું મહત્ત્વ અને ખામીઓ જણાવો.
- (c) વેચાણ અભિવૃદ્ધિનાં ફાયદાઓ ચર્ચો. 4  
**અથવા**  
સેલ્સમેનલક્ષી વેચાણ અભિવૃદ્ધિનાં સાધનો ચર્ચો.
5. નીચેના વિધાનો સાચાં છે કે ખોટા તે જણાવો : 14
- (1) કેન્દ્રીત વેચાણ વ્યૂહરચનાનું સંપૂર્ણ ધ્યાન ગ્રાહકની સમસ્યાઓ અને જરૂરિયાતો પર હોય છે.
  - (2) વેચાણક્ષેત્રમાં વેચકને સફળ બનવા માટે તેનામાં જન્મજાત ગુણો હોવા જોઈએ.
  - (3) પેદાશમાં દર થોડા સમયે ફેરફાર (Innovation) જોવા મળે તેવી પેદાશ ખરીદી કરનારા ઈનોવેટર્સ કાયમ પેદાશની ખરીદી છેલ્લે કરતાં હોય છે.
  - (4) વેચાણ વ્યવસ્થાતંત્રનાં પ્રકારો જોવા મળતાં નથી.
  - (5) ભારતમાં માત્ર કેટલીક જ કંપનીઓ પ્રત્યક્ષ વેચાણથી પોતાની પેદાશનું વેચાણ કરે છે.
  - (6) ભૌગોલિક વેચાણ વ્યવસ્થાતંત્ર જેવું કોઈ વેચાણ વ્યવસ્થાતંત્ર જોવા મળતું નથી.
  - (7) પેદાશ આધારિત વેચાણ વ્યવસ્થાતંત્ર નિષ્ફળ સાબિત થયેલ છે.
  - (8) વેચાણ કર્મચારીઓને પ્રાપ્ત કરવા માટે એક માત્ર આંતરિક પ્રાપ્તિસ્થાન દ્વારા જ ભરતી કરી શકાય છે.
  - (9) કર્મચારી પસંદગી પ્રક્રિયામાં કસોટીનું મહત્ત્વ નથી.
  - (10) કર્મચારીની ભરતી પ્રક્રિયા પડકારરૂપી છે.
  - (11) વેચાણ અભિવૃદ્ધિથી પેદાશનાં વેચાણમાં વધારો જોવા મળતો નથી.
  - (12) વેચાણકર્તાલક્ષી અભિવૃદ્ધિના સાધનો દ્વારા વેચાણકર્તાને પેદાશનું વધુ વેચાણ કરવા પ્રલોભન મળે છે.
  - (13) વિતરકોને માલ વેચવા વધુ પ્રેરિત કરવાનાં સાધનના ભાગરૂપે તેઓને બઢતી આપવામાં આવે છે.
  - (14) વેચાણ ક્વોટા નક્કી કરવા સેલ્સમેનને વેચાણ સાહિત્ય આપવું, વેચાણ સ્પર્ધાનું આયોજન વગેરે પદ્ધતિઓ સેલ્સમેનલક્ષી અભિવૃદ્ધિની પદ્ધતિઓ (સાધનો) છે.

Seat No. : \_\_\_\_\_

**NQ-107**

**December-2015**

**B.Com., Sem.-I**

**CE-101-C : (Advanced Business Management)**

**Sales Management**

**Time : 3 Hours]**

**[Max. Marks : 70**

1. (a) Discuss the Buying and Selling styles. **6**
- OR**
- What is Sales Management ? Discuss its importance.
- (b) Are conflict Management skill necessary ? **4**
- OR**
- Explain the importance of Non-verbal communication in Sales Management.
- (c) Discuss the different Sales Situations. **4**
- OR**
- Discuss the various Sales Strategies.
2. (a) State the planning and administrative oriented functions of sales organization. **6**
- OR**
- Discuss the importance of Sales Organisation and state its problems.
- (b) Discuss the methods deciding the work load of a sales employee. **4**
- OR**
- Discuss product based sales organisation.
- (c) Discuss Activity based organisation. **4**
- OR**
- Write note on Customer Based Organisation.
3. (a) State the internal sources to obtain procuring salesperson. **6**
- OR**
- Explaining concept of recruitment of a sales force, explain its importance.
- (b) Discuss the selection process of a Salesperson. **4**
- OR**
- State the challenges observed in the selection of a Sales force.

- (c) Discuss the external sources for Recruitment. 4
- OR**
- Why is it necessary to do planning for Recruitment ?
4. (a) What is Sales Promotion ? State its objectives. 6
- OR**
- Discuss the distribution oriented tools of Sales Promotion.
- (b) Discuss four types of customer based Sales Promotion tools. 4
- OR**
- State the importance of defects of Sales Promotion.
- (c) Discuss the advantages of Sales Promotion. 4
- OR**
- Discuss the salesman oriented tools of Sales Promotion.
5. State whether the following statements are true or false : 14
- (1) The complete focus of centralized selling strategy is on customers problems and needs.
  - (2) To be successful in the field of sales, the seller must possess in-born qualities.
  - (3) The innovators who often seek new changes in the product are the last to purchase the product.
  - (4) We do not see different types of Sales Organisation.
  - (5) Only few companies in India, sell their product through Direct Marketing.
  - (6) There is no such sales organization seen as Geographical sales organisation.
  - (7) Product based sales organizations have failed.
  - (8) To procure sales employees, only way left is to recruit them through internal source of recruitment.
  - (9) In the selection process, testing does not hold any importance.
  - (10) The recruitment process of employees is challenging.
  - (11) Sales promotion does not lead to increase in sales.
  - (12) The sales promotion tools, motivate the salesperson, to sell more products.
  - (13) The Distributors to sell more are given promotions.
  - (14) The Salesman oriented sales promotion tools include deciding sales quota, giving sales literature to salesman organising sales competition etc.