

M.Com. (Part-II) Semester-IV (CGS) Examination
B : (I) SALES AND DISTRIBUTION MANAGEMENT
(Optional Subjects)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— ALL questions are compulsory.

SECTION—A

Answer the following questions by choosing the correct options from the given below :

- (1) Selection of one or more segments to enter is called : 1
 (a) Market Segmentation (b) Targeting
 (c) Differentiation (d) Positioning
- (2) Kind of channel arrangement which involves one or more than one independent wholesalers, producer and retailers is classified as : 1
 (a) Vertical Marketing System (b) Static Distribution Channel
 (c) Conventional Distribution Channel (d) Horizontal Distribution Channel
- (3) In marketing intermediaries way of distribution in which product is stocked in many possible outlets is classified as : 1
 (a) Inclusive distribution (b) Exclusive distribution
 (c) Selective distribution (d) Intensive distribution
- (4) Most crucial and first step in marketing process is : 1
 (a) Designing a market strategy
 (b) Create customer delight
 (c) Understanding customer need and wants
 (d) Capturing value from customers.
- (5) Which of the following is not a function of budgeting ? 1
 (a) Decision making (b) Planning
 (c) Motivating (d) Controlling
- (6) For developing new products company must know its : 1
 (a) Market (b) Consumer
 (c) Competitors (d) All of the above
- (7) Last step of cost based pricing is to : 1
 (a) Set price based on cost (b) Convince buyer about product value
 (c) Design a product (d) Determine cost of product.

- (8) Value that customers give up to get benefit of product or services is classified as : 1
 (a) Discount (b) Value added tax
 (c) Price (d) Tax
- (9) Pricing strategy for new product through which revenue are collected from segment willing to pay higher price is classified as : 1
 (a) Market skimming price (b) Market penetration strategy
 (c) Business line pricing (d) Product line pricing
- (10) Kind of pricing strategy in which one product or service is sold for two different prices without any difference in cost is classified as : 1
 (a) Segmented Pricing (b) Psychological Pricing
 (c) Promotional Pricing (d) Geographical Pricing
- (11) Convenience product would probably be sold using : 1
 (a) Banking Codes and Standards Board of India
 (b) Intensive Distribution
 (c) Selective Distribution
 (d) Extensive Distribution
- (12) Transporting and storing goods is part of which of the following marketing channel functions ? 1
 (a) Negotiation (b) Physical Distribution
 (c) Contact (d) Matching
- (13) Sales performance evaluations are necessary : 1
 (a) As a way of management to obtain their bonuses
 (b) To supplement training
 (c) To provide feedback to sales people
 (d) None of the above.
- (14) Which is the most basic form of the sales organisation ? 1
 (a) Line sales organisation (b) Line and Staff sales organisation
 (c) Functional sales organisation (d) None of the above
- (15) In which type of compensation plan there is no incentive ? 1
 (a) Commission based compensation plan
 (b) Straight salary compensation plan
 (c) Territory volume compensation plan
 (d) Profit margin/revenue based sales compensation plan

- (16) Which of the following would not be a method of establishing sales force structure ? 1
- (a) Territorial sales force structure (b) Life style force structure
(c) Product sales force structure (d) Customer sales force structure
- (17) Which of the following element is not used for determining the size of a sales force in the workload method ? 1
- (a) Number of Sales People (b) Number of Customers
(c) Length of an average call (d) Number of years in sales experience
- (18) _____ is teaching how to do the jobs. 1
- (a) Sales Personnel (b) Sales Budget
(c) Sales Force Training (d) Induction
- (19) When the manufacturing establishes two or more channels catering to the same market then _____ occurs. 1
- (a) Vertical Channel Conflict (b) Horizontal Channel Conflict
(c) Multi Channel Conflict (d) None of the above
- (20) The benefit of market channel is : 1
- (a) Cost saving (b) Time saving
(c) Financial support given (d) All of above

SECTION—B

1. What is sales forecast ? Discuss the steps involved in sales forecasting. 12

OR

Explain the duties and responsibilities of General Sales Managers.

2. What is sales territory ? Explain its criteria and process. 12

OR

Describe sales promotion mix and their contribution towards sales.

3. Explain the nature, objectives and types of sales compensation plan. 12

OR

What are the Special Problems encountered in Motivation of sales person ? Explain.

4. Explain the classification and design of distribution channel. 12

OR

Explain the concept and importance of physical distribution.

5. What do you understand by wholesalers ? Explain the nature, scope and function of wholesalers. 12

OR

Explain the roles and modes of transportation ? Give its importance in the society.

M.Com. (Part-II) Semester-IV (CGS) Examination
B : (I) SALES AND DISTRIBUTION MANAGEMENT
(Optional Subjects)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(मराठी माध्यम)

सूचना :— सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक.

विभाग — अ

बहुपर्यायी प्रश्नाचे योग्य पर्याय निवडा :

- (1) प्रविष्ट करण्यासाठी एक किंवा अधिक विभागांची निवड म्हणतात : 1
 (अ) बाजाराचे विभाजन (ब) लक्ष्यीकरण
 (क) भेदभाव (ड) पोझिशनिंग
- (2) एकापेक्षा जास्त स्वतंत्र धाऊक विक्रेत आणि किरकोळ गुंतवणूकी असणाऱ्या चॅनेल व्यवस्थेचे वर्गीकरण केले जाते ? 1
 (अ) अनुलंब विपणन प्रणाली (ब) स्थिर वितरण चॅनेल
 (क) पारंपरिक वितरण वाहिनी (ड) क्षेत्रीय वितरण चॅनेल
- (3) विपणन मध्यस्थामध्ये वितरणाच्या मार्गामध्ये ज्या उत्पादनमध्ये अनेक संभाव्य आउटलेट मध्ये स्टॉक आहे त्याचे वर्गीकरण केले जाते ? 1
 (अ) सर्वसमावेशक वितरण (ब) अनन्य वितरण
 (क) निवडक वितरण (ड) गहन वितरण
- (4) विपणन प्रक्रियेतील सर्वात महत्वपूर्ण आणि पहिली पायरी आहे : 1
 (अ) बाजारपेठेची रणनीती आखणे (ब) ग्राहक आनंद निर्माण करा
 (क) ग्राहकांच्या गरजा आणि गरजा समजून (ड) ग्राहकांकडून मूल्य संपादन
- (5) खालीलपैकी कोणते अर्थसंकल्प आहे ? 1
 (अ) निर्णय घेणे (ब) नियोजन
 (क) प्रेरक (ड) नियंत्रित करत
- (6) नवीन उत्पादनाच्या कंपनीच्या विकासासाठी हे माहित असणे आवश्यक आहे : 1
 (अ) बाजार (ब) ग्राहक
 (क) प्रतिस्पर्धी (ड) या सर्व
- (7) किंमत आधारित किमंतीजी शेवटची पायरी आहे : 1
 (अ) किमंतीवर आधारित किंमत ठरवा (ब) खरेदीदारास उत्पादनाच्या मूल्याबदल पटवून द्या
 (क) डिझाइनर उत्पादन (ड) उत्पादनाची किंमत निश्चित करा

- (8) ग्राहकांनी उत्पादन किंवा सेवांचा लाभ मिळविण्यासाठी सोडलेल्या किंमतीचे वर्गीकरण केले आहे : 1
 (अ) सवलत (ब) मूल्यवर्धित कर
 (क) किंमत (ड) कर
- (9) नवीन उत्पादनसाठी किंमतीची रणनीती ज्याद्वारे उच्च किंमत देण्यास इच्छुम विभागाकडून महसूल गोळा केला जातो त्याचे वर्गीकरण केले जाते : 1
 (अ) बाजार स्किमिंग किंमत (ब) बाजार भेदक धोरण
 (क) व्यवसाय लाइन किंमत (ड) उत्पादन लाइन किंमत
- (10) किंमतीचे कोणतेही धोरण ज्यामध्ये एक उत्पादन किंवा सेवा किंमतीत कोणताही फरक न करता दोन भिन्न किंमतीसाठी विकल्या जातात : 1
 (अ) खंडित किंमत (ब) मानसिक किंमत
 (क) प्रचारात्मक किंमत (ड) भौगोलिक किंमत
- (11) सोयीकर उत्पादन कदाचित वापरून विकले जाईल : 1
 (अ) बँकिंग कोड आणि भारतीय मानक बोर्ड (ब) गहन वितरण
 (क) निवडक वितरण (ड) विस्तृत वितरण
- (12) खालीलपैकी कोणत्या विपणन चॅनेलच्या कार्याचा एक भाग आहे चांगले वाहतूक आणि संचयित करणे ? 1
 (अ) वाटाघाटी (ब) शारीरिक वितरण
 (क) संपर्क (ड) जुळणारे
- (13) विक्री कार्यप्रदर्शन मूल्यांकन आवश्यक आहे : 1
 (अ) व्यवस्थापनाचा त्यांचा बोनस घेण्याचा एक मार्ग आहे
 (ब) प्रशिक्षण पूरक
 (क) विक्री लोकांना अभिप्राय प्रदान करण्यासाठी
 (ड) वरीलपैकी काही ही नाही.
- (14) जे विक्री संस्थेचे सर्वात मूलभूत रूप आहेत : 1
 (अ) लाइन विक्री संस्था (ब) लाइन आणि कर्मचारी संघटना
 (क) कार्य विक्री संस्था (ड) वरीलपैकी काहीही नाही
- (15) कोणत्या प्रकारच्या भरपाई योजनेत प्रोत्साहन दिले जात नाही ? 1
 (अ) कमिशन आधारित नुकसान भरपाईची योजना (ब) सरळ पगाराची भरपाई योजना
 (क) प्रदेश खंड भरपाई योजना (ड) नफा मार्जिन आधारित विक्री भरपाई योजना
- (16) खालीलपैकी कोणती स्थापना विक्री शक्ती रचनाची पद्धत नाही ? 1
 (अ) प्रादेशिक विक्री बल रचना (ब) जीवनशैली शक्तीची रचना
 (क) उत्पादन विक्री शक्ती रचना (ड) ग्राहक सेल्सफोर्स रचना

- (17) खालीलपैकी कोणता घटक वर्कलोड पद्धतीत विक्री दलाचा आकार निश्चित करण्यासाठी वापरला जात नाही ? 1
- (अ) विक्री व्यक्तीची संख्या (ब) ग्राहकांची संख्या
(क) सरासरी कॉलची लांबी (ड) विक्री अनुभावतील वर्षांची संख्या
- (18) नोकरी कशी करावी शिकवत आहे. 1
- (अ) विक्री कर्मचारी (ब) विक्री बजट
(क) विक्री दल प्रशिक्षण (ड) प्रेरण
- (19) जेव्हा मैन्युफक्चरिंगने त्याच मार्केटमध्ये दोन किंवा अधिक चॅनेल कॅटरिंगची स्थापना केली तेव्हा 1
- होतो.
(अ) अनुलंब चॅनेल संघर्ष (ब) क्षैतिज चॅनेल संघर्ष
(क) मल्टी चॅनेल संघर्ष (ड) वरीलपैकी काहीही नाही
- (20) मार्केट चॅनेलचा फायदा आहे : 1
- (अ) खर्च बचत (ब) बचत वेळ
(क) आर्थिक सहाय्य दिले (ड) वरील सर्व दिलेली

विभाग — ब

1. विक्रीचे अंदाज काय आहे ? विक्रीच्या अंदाजानुसार असलेल्या चरणावर चर्चा करा. 12
- किंवा
- सामान्या विक्री व्यवस्थापकाची कर्तव्य व जाबबदारी समजावून सांगा.
2. विक्री प्रदेश काय आहे ? त्याचे निकष आणि प्रक्रिया स्पष्ट करा. 12
- किंवा
- विक्री जाहिरात मिश्रण आणि आदती विक्रीत त्यांच्या योगदानाचे वर्णन करा.
3. विक्री नुकसान भरपाई योजनेचे स्वरूप आणि उद्दीष्टे समजावून सांगा. 12
- किंवा
- विक्रेत्यांना प्रेरणा देण्यामध्ये निर्माण होणाऱ्या विशेष समस्या काय आहेत ? स्पष्ट करा.
4. वितरण वाहिनीच्या डिझाइनमधील वर्गीकरण करा. 12
- किंवा
- शारीरिक वितरणाची संकल्पना आणि महत्व समजावून सांगा.
5. धाऊक विक्रेता तुम्हाला काय समजते ? धाऊक विक्रेत्याचे स्वरूप आणि कार्ये स्पष्ट करा. 12
- किंवा
- वाहतुकीच्या भूमिकाविषयी आणि त्याच्या पद्धती समाजात त्याचे महत्व स्पष्ट करा.

M.Com. (Part-II) Semester-IV (CGS) Examination
B : (I) SALES AND DISTRIBUTION MANAGEMENT
(Optional Subjects)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

(हिन्दी माध्यम)

सूचना :— सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

विभाग — अ

बहुविकल्पीय प्रश्नों के उचित विकल्प चुनिये :

- (1) प्रवेश करने के लिए एक या अधिक सेगमेंट का चयन कहा जाता है : 1
 (अ) बाजार विभाजन (ब) लक्षित
 (क) भेदभाव (ड) पोजिशनिंग
- (2) सामान्य चैनल जो एक या एक से अधिक स्वतंत्र थोक व्यापारी उत्पादक और खुदरा विक्रेता के रूप में वर्गीकृत की जाती है : 1
 (अ) ऊर्ध्वाधर विपणन प्रणाली (ब) स्थैतिक वितरण चैनल
 (क) पारंपरिक वितरण चैनल (ड) क्षेत्रीय वितरण चैनल
- (3) विपणन विचौलियों में वितरण का तरीका जिसमें उत्पाद कोई संभावित आउटलेट में स्टॉक है, को वर्गीकृत किया गया है : 1
 (अ) समावेशी वितरण (ब) विशिष्ट वितरण
 (क) चयनात्मक वितरण (ड) सघन वितरण
- (4) विपणन प्रक्रियाओं में सबसे महत्वपूर्ण और पहला कदम : 1
 (अ) बाजार की रणनीति तैयार करना (ब) उपभोक्ता को खुश करे
 (क) उपभोक्ता की जरूरतों और चाहतों को समझना (ड) उपभोक्ता से मूल्य प्राप्त करना
- (5) निम्नलिखित में से कौनसा बजट का कार्य नहीं है : 1
 (अ) निर्णय लेना (ब) योजना
 (क) प्रेरित (ड) नियंत्रित करने
- (6) नई उत्पाद कंपनी के विकास के लिए इसकी जानकारी होनी चाहिए : 1
 (अ) बाजार (ब) उपभोक्ता
 (क) प्रतिस्पर्धा (ड) सभी
- (7) लागत आधारित मूल्य निर्धारण का अंतिम चरण है : 1
 (अ) लागत के आधार पर मूल्य निर्धारित करें (ब) उत्पाद मूल्य के बारे में खरीदार को समझाने
 (क) डिझाइनर उत्पाद (ड) उत्पाद की लागत निर्धारित करें

- (8) मूल्य जो उपभोक्ता उत्पाद और सेवाओं का लाभ प्राप्त करने के लिए देता है : 1
 (अ) छूट (ब) मूल्य कर
 (क) मूल्य (ड) कर
- (9) नए उत्पाद के लिए मूल्य निर्धारण की रणनीति जिसके माध्यम से उच्च मूल्य का भुगतान करने के इच्छुक खंड से राजस्व एकत्र किया जाता है : 1
 (अ) मार्केट स्किमिंग प्राइस (ब) बाजार पेनिट्रेशन रणनीति
 (क) बिजनेस लाइन मूल्य निर्धारण (ड) उत्पादन लाइन मूल्य निर्धारण
- (10) मूल्य निर्धारण की रणनीति जिसमें एक उत्पाद या सेवाओं को दो अलग-अलग कीमतों पर बेचा जाता है, बिना किसी अंतर के लागत के रूप में वर्गीकृत किया जाता है : 1
 (अ) खंडित मूल्य निर्धारण (ब) मनोवैज्ञानिक मूल्य निर्धारण
 (क) प्रचारक मूल्य निर्धारण (ड) भौगोलिक मूल्य निर्धारण
- (11) सुविधा उत्पाद शायद का उपयोग कर बेचा जाएगा : 1
 (अ) बैंकिंग कोड और भारत का मानक बोर्ड (ब) सघन वितरण
 (क) चयनात्मक वितरण (ड) व्यापक वितरण
- (12) माल का परिवहन और भंडारण निम्नलिखित में से किस विपणन चैनल के कार्य का हिस्सा है ? 1
 (अ) मोल भाव (ब) भौतिक वितरण
 (क) संपर्क (ड) मेल मिलना
- (13) बिक्री प्रदर्शन मूल्यांकन आवश्यक है : 1
 (अ) प्रबंधन के लिए उनके बोनस प्राप्त करने का एक तरीका है
 (ब) पूरक प्रशिक्षण के लिए
 (क) बिक्री लोगों को प्रतिक्रिया प्रदान करने के लिए
 (ड) इनमें से कोई भी नहीं
- (14) जो बिक्री संगठन के सबसे बुनियादी रूप हैं : 1
 (अ) लाइन बिक्री संगठन (ब) लाइन और कर्मचारियों का बिक्री संगठन
 (क) कार्यात्मक बिक्री संगठन (ड) इनमें से कोई भी नहीं
- (15) किस प्रकार की क्षतिपूर्ति योजना में कोई प्रोत्साहन नहीं है ? 1
 (अ) आयोग आधारित मुआवजा योजना (ब) सीधे वेतन मुआवजा योजना
 (क) क्षेत्र मात्रा मुआवजा योजना (ड) लाभ मार्जिन आधारित बिक्री मुआवजा योजना
- (16) निम्नलिखित में से कौनसा बिक्री बल संरचना की स्थापना का तरीका नहीं होगा ? 1
 (अ) क्षेत्रीय बिक्री बल संरचना (ब) जीवनशैली बल संरचना
 (क) उत्पाद की बिक्री बल संरचना (ड) ग्राहक बिक्री बल संरचना

- (17) निम्न में से कौनसा तत्व कार्यभार विधि में बिक्री बल के आकार को निर्धारित करने के लिए उपयोग नहीं किया जाता है ? 1
- (अ) बिक्री व्यक्ति की संख्या (ब) ग्राहक की संख्या
(क) एक औसत कॉल की लंबाई (ड) बिक्री के अनुभव में वर्षों की संख्या
- (18) काम करना सीखता है। 1
- (अ) बिक्री कर्मचारी (ब) बिक्री बजट
(क) बिक्री दल प्रशिक्षण (ड) अधिष्ठापन
- (19) जब एक ही बाजार में दो या दो से अधिक चैनलों की मैनुफैक्चरिंग होती है तो होता है।
- (अ) ऊर्ध्वाधर चैनल संघर्ष (ब) क्षैतिज चैनल संघर्ष
(क) मल्टी चैनल संघर्ष (ड) इनमें से कोई भी नहीं
- (20) बाजार चैनल के लाभ हैं : 1
- (अ) लागत बचत (ब) समय की बचत
(क) वित्तीय सहायता दी (ड) सभी

विभाग — ब

1. विक्रय का पूर्वानुमान क्या है ? विक्रय पूर्वानुमान में शामिल चरणों पर चर्चा करें। 12
- अथवा
सामान्य विक्रय प्रबंधक के कर्तव्यों और जिम्मेदारी की व्याख्या करें।
2. विक्रय क्षेत्र क्या है ? इसके मापदंड और प्रक्रिया की व्याख्या करें। 12
- अथवा
विक्रय संवर्धन मिश्रण और विक्रय के प्रति उनके योगदान का वर्णन करें।
3. विक्रय मुआवजा योजना की प्रकृति, उद्देश्य और प्रकार स्पष्ट करें। 12
- अथवा
विक्रेता की प्रेरणा में विशेष समस्या क्या है ? स्पष्ट करें।
4. वितरण चैनल के वर्गीकरण और डिजाइन की व्याख्या करें। 12
- अथवा
भौतिक वितरण की अवधारणा और महत्व की व्याख्या करें।
5. थोक व्यापारी से आप क्या समझते हैं ? थोक व्यापारी के प्रकृति, क्षेत्र और कार्यों की व्याख्या करें। 12
- अथवा
परिवहन की भूमिका स्पष्ट कीजिए। समाज में इनका महत्व स्पष्ट कीजिए।