Paper Code - 3014

B.Com. Semester-I (Old Course)
July - Sept -2021
Sales Management (Theory)

કુલ સમય :– ૬૦ મીનીટ **કુલ પ્રશ્નો : ૫૦** **વિદ્યાર્થીએ ટીક કરવાના પ્રશ્નો : ૩૫**

નોંધ : વિદ્યાર્થીએ માત્ર ૩૫ પ્રશ્નો જ ટીક કરવાના રહેશે. જો વધારે ટીક કરેલ હશે તો પ્રથમ ૩૫ પ્રશ્નો જ ગણતરીમાં લેવામાં આવશે.

1. વેચાણ કસોટીથી ઉમેદવાર નો _____ થાય
   (A) વધારો (B) ઘટાડો (C) બરાબર (D) એક પણ નહિ
2. સેલ્સમેનોની પસંદગી _____રીતે થાય
   (A) નામની (B) અભિપ્રાયની (C) મુલાકાત (D) એક પણ નહિ
3. વફાદાર સેલ્સમેન _____ભરતી થી મળે
   (A) આંતરિક (B) બાહ્ય (C) જાહેરાત (D) એક પણ નહિ
4. વેચાણ વિભાગ માં ભરતી _____વિભાગ કરે
   (A) ખરીદ (B) વેચાણ (C) એકાઉન્ટ (D) એક પણ નહિ
5. વેચાણ વૃદ્ધિ એટ્લે વેચાણ માં _____
   (A) ઘટાડો (B) વધારો (C) સ્થિરતા (D) એક પણ નહિ
6. સેલ્સમેન દ્વારા વેચાણવૃદ્ધિ _____થી થાય
   (A) વાતોથી (B) સાહિત્યથી (C) સાધનથી (D) એક પણ નહિ
7. વેચાણનો _____ નક્કી કરવો જોઈએ
   (A) લોગો (B) વિસ્તાર (C) રસ્તો (D) એક પણ નહિ
8. વેચાણ વધારવા _____જરૂરી
   (A) દોડ (B) પરીક્ષા (C) સ્પર્ધા (D) એક પણ નહિ
9. વેપારીઓ દ્વારા વેચાણ વધારવા ____જરૂરી
   (A) જાહેરાત (B) તાલીમ (C) વેચાણ પછીની સેવા (D) એક પણ નહિ
10. વિજ્ઞાપન થી વેચાણ _____
    (A) ઘટે (B) સ્થિરરહે (C) વધે (D) એક પણ નહિ
11. વેચાણકળા _____પર આધારિત છે
    (A) અવિશ્વાસ (B) વિશ્વાસ (C) પ્રતિસ્ઠા (D) એક પણ નહિ
12. વેચાણકળા થી ગ્રાહક માં _____જાગૃત થાય
    (A) આશા (B) ઈચ્છા (C) નિરાશા (D) એક પણ નહિ
13. સંતુસ્ટ ગ્રાહક _____ની મૂડી છે
    (A) કંપની (B) સરકાર (C) જનતા (D) એક પણ નહિ
14. વિધાયાત્મક સૂચન વેચાણ ને _____કરેછે
    (A) રાજી (B) નારાજી (C) સફળ (D) એક પણ નહિ
15. _____ના પાયા પર વેચાણ કળા આધારિત છે
    (A) મનોવિજ્ઞાન (B) ભૌતિક વિજ્ઞાન (C) જીવ વિજ્ઞાન (D) એક પણ નહિ
16. વેચાણ નું વિજ્ઞાન અટકે ત્યાથી ___શરૂ થાય
    (A) જાણકારી (B) કળા (C) વ્યવસાય (D) એક પણ નહિ
17. વેચાણકળા એ વધારે ____ છે.
    (A) વિજ્ઞાન (B) વ્યવસાય (C) કળા (D) એક પણ નહિ
18. વેચાણ સંચાલન નો હેતુ વેચાણ _____છે
    (A) ઘટાડવાનો (B) વધારવાનો (C) સ્થિર રાખવાનો (D) એક પણ નહિ
19. ધંધા ની પ્રગતિ નો આધાર _____પર છે
    (A) ઉત્પાદન (B) વેચાણ (C) નિકાશ (D) એક પણ નહિ
20. વેચાણકાર્ય ની વહેચણી _____માં થાય
    (A) વૃદ્ધિ (B) વ્યવસ્થાતંત્ર (C) સંશોધન (D) એક પણ નહિ
21. વેચાણવ્યવસ્થાતંત્ર ____અનુસાર હોઈ શકે
    (A) વેપાર (B) કાર્ય (C) બજાર (D) એક પણ નહિ
22. વેચાણવિભાગ નું કાર્ય _____કરવાનું છે
    (A) ખરીદી (B) વેચાણ (C) નામું (D) એક પણ નહિ
23. જાહેરાત વિભાગ નું કાર્ય _____કરવાનું છે
    (A) સંશોધન (B) વેચાણ (C) જાહેરાત (D) એક પણ નહિ
24. તાલીમવિભાગમાં વેચાણ ની તાલીમ ____ને અપાય
    (A) સેલ્સમેન (B) સેલ્સ ઓફિસર (C) સેલ્સ મેનેજર (D) એક પણ નહિ

25. વેચાણવૃદ્ધિ વિભાગ _____યોજના બનાવે
(A) નાણાં (B) વેતન (C) વેચાણ ઉત્તેજન (D) એક પણ નહિ
26. ઉધાર વેચાણ માં _____ નીતિ નક્કી થાય
(A) શાખ (B) રોકડ (C) નિકાશ (D) એક પણ નહિ
27. વેચાણ માટે ____ની જરૂર પડે
(A) આવડત (B) પ્રસિદ્ધિ (C) સગવડ (D) એક પણ નહિ
28. સેલ્સમેનોમાં વેચાણ માટે _____જોઈએ
(A) શક્તિ (B) બુદ્ધિ (C) ગતિ (D) એક પણ નહિ
29. વેચાણ વિભાગ માં ભરતી નું આયોજન ____કરે
(A) સેલ્સમેન (B) સેલ્સ ઓફિસર (C) સેલ્સ મેનેજર (D) એક પણ નહિ
30. સેલ્સમેનોની આરોગ્યની તપાસ હાજરી ___માટે થાય
(A) વધારવા (B) ઘટાડવા (C) પુરવા (D) એક પણ નહિ
31. વેચાણ માટે જરૂરી ____
(A) ફરિયાદ (B) સુજાવ (C) વેચાણ પછીની સેવા (D) એક પણ નહિ
32. વેચાણ કરવા ગ્રાહકોને _____આપવું પડે
(A) મફત નમૂના (B) નાણાં (C) જ્ઞાન (D) એક પણ નહિ
33. વેચાણ થી ------ મળે
(A) નફો (B) ખોરાક (C) જ્ઞાન (D) એક પણ નહિ
34. _____ એ વેચાણ વૃદ્ધિ ના ઝડપી વિકાસ માટે ફાળો આપનારા પરિબળો છે.
(A) વેચાણ વધારવા માટે દબાણ કરવું (B) વધુ બાહ્ય સ્પર્ધા (C) બ્રાન્ડમાં ઓછામાં ઓછો તફાવત (D) આ બધા
35. ગ્રાહક હરીફાઈ તેનું ઉદાહરણ છે
(A) વ્યક્તિગત વેચાણ (B) વેચાણ પ્રમોશન (C) જાહેરાત (D) પરોક્ષ વેચાણ
36. ઉત્પાદન માટે સંભવિત ખરીદદારોની શોધ અને ઓળખ તે છે
(A) વેચાણ (B) ખનિજ (C) અનિવાર્ય (D) પ્રચાર
37. વેચાણ પ્રમોશનની લાંબા ગાળાની વેચાણ અસર હોઈ શકે છે
(A) સકારાત્મક (B) નકારાત્મક (C) તટસ્થ (D) ઉપરોક્ત તમામ
38. જો ઉત્પાદન વોરંટીથી સંબંધિત છે તો કિંમત સંબંધિત છે
(A) છૂટક આઉટલેટ્સ (B) જાહેરાતો (C) ડિસ્કાઉન્ટ (D) આકર્ષણ
39. વેચાણ વૃદ્ધિ પ્રોગ્રામને કેવી રીતે પ્રોત્સાહન અને વિતરણ કરવું તે નિર્ણય એ ____ નો ભાગ છે
(A) સાધનો (B) ઉદ્દેશો (C) વેચાણ પ્રમોશન પ્રોગ્રામનો વિકાસ કરવો (D) એક પણ નહિ
40. નીચેનામાંથી કયુ વેપારવૃદ્ધિ નું ઉદાહરણ છે?
(A) કુપન્સ (B) નમૂનાઓ (C) પૈસા નાંખો (D) એક પણ નહિ
41. એક જથ્થાબંધ વેચનારને વેચાણવૃદ્ધિ પ્રદાન કરે છે
(A) સહકારી જાહેરાત (B) વેચાણવૃદ્ધિ (C) ડીલર વેચાણવૃદ્ધિ (D) વેપાર વેચાણવૃદ્ધિ
42. વેચાણ પ્રમોશન દ્વારા લાભ મેળવનાર પક્ષ છે
(A) છૂટક વિક્રેતા (B) ઉત્પાદક (C) જથ્થાબંધ વેપારી (D) બંને b અને c
43. સ્ક્રેચિંગ કાર્ડ અને ભેટ મેળવવા અથવા તરત જ કેટલીક ઓફર કહેવામાં આવે છે
(A) નસીબદાર ડ્રો (B) ઇન્સ્ટન્ટ ડ્રો અને સોંપાયેલ ભેટ (C) જથ્થો ભેટો (D) રીબેટ
44. પ્રમોશનલ મિશ્રણનાં કયા સાધનમાં ટૂંકા ગાળાના પ્રોત્સાહનોનો સમાવેશ થાય છે જેમાં કોઈ ઉત્પાદન અથવા સેવાની ખરીદી અથવા વેચાણને પ્રોત્સાહન મળે છે?
(A) જાહેરાત (B) જાહેર સંબંધો (C) સીધા માર્કેટિંગ (D) વેચાણ પ્રમોશન
45. નિર્માતા ગ્રાહકને ખાતરી આપે છે કે તેઓ ચોક્કસ સમયગાળા દરમિયાન ઉત્પાદનને યોગ્ય સ્થિતિમાં જાળવશે.
(A) વેચાણ પહેલાની સેવા (B) વેચાણ સેવા પછી (C) માર્કેટિંગ પદ્ધતિ (D) વેચાણ પ્રમોશન
46. તાત્કાલિક અથવા ટૂંકા ગાળાના વેચાણમાં વધારો કરવાના હેતુથી ગ્રાહકો અને વેપારીઓ તરફ નિર્દેશિત છે.
(A) જાહેરાત (B) સીધું વેચાણ (C) સેલ્સ પ્રમોશન (D) પબ્લિસિટી
47. ગ્રાહકો કોઈ બ્રાન્ડ માટે વધારાના પૈસા ચૂકવણી કરવા માટે તૈયાર છે તે____ તરીકે ઓળખાય છે
(A) બ્રાન્ડ વફાદારી (B) બ્રાંડ એસોસિએશન (C) બ્રાન્ડ ઇક્વિટી (D) બ્રાંડ જાગરૂકતા
48. ..... ના હેતુથી કોઈ ઉત્પાદનના સંભવિત ખરીદદારો સાથે મૌખિક સંપર્ક છે.
(A) વ્યક્તિગત વેચાણ (B) ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગ (C) સેલ્સ પ્રમોશન (D) પબ્લિસિટી
49. જ્યારે ગ્રાહકને તેઓ ખરીદેલ ઉત્પાદન સાથે કેટલીક ભેટની વસ્તુઓ મળી રહે છે, તે____ તરીકે ઓળખાય છે
(A) પ્રાઈસ પેક (B) પ્રોડક્ટ કોમ્બિનેશન (C) ક્વોન્ટિટી ગિફ્ટ (D) લકી ડ્રો
50. જ્યારે ગ્રાહકોને ઓછા ભાવો સાથે પ્રોડક્ટ માટે ઑફર મળી રહી છે ત્યારે સૂચિબદ્ધ કિંમત છે
(A) રિફંડ (B) ડિસ્કાઉન્ટ (C) લકી ડ્રો (D) જથ્થો ભેટ