

Q. P. Code : 22287**(3 Hours)****[Total Marks : 100**

- N.B :** 1. All questions are **compulsory**.
 2. **Figures** to the **right** indicate **full marks**.

1. (A) Select the most appropriate answer from the options given below (Any ten) : **10**
- (1) _____ is not an element of Integrated Marketing Communication.
 (a) Internet (b) Events & Sponsorship
 (c) Physical Distribution (c) Sales Promotion
 - (2) _____ advertising creates generic demand for products
 (a) Primary (b) Selective
 (c) Social (d) Trade
 - (3) _____ is the oldest form of advertising agency,
 (a) Mega agency (b) Space broker
 (c) Creative boutique (d) In-house agency
 - (4) _____ department in an advertising agency co-ordinates the advertising production process.
 (a) Media (b) Traffic
 (c) Client Service (d) Accounts
 - (5) _____ is a person in an advertising agency responsible for writing headlines and slogans
 (a) Visualiser (b) Media Executive
 (c) Copywriter (d) Account Executive
 - (6) _____ skill is required for people working in the creative department of an advertising agency.
 (a) Communication (b) Visualising
 (c) Marketing (d) Organising
 - (7) _____ advertising is deceptive
 (a) Product (b) Institutional
 (c) Surrogate (d) Local
 - (8) Point of Purchase advertising helps in stimulating _____ purchase.
 (a) Impulse (b) Planned
 (c) Budgeted (d) Online
 - (9) 'Swacch Bharat' campaign is an example of _____ advertising .
 (a) Political (b) Pro-Bono
 (c) Institutional (d) Trade
 - (10) _____ refers to incremental value of the brand
 (a) Brand Image (b) Brand Loyalty
 (c) Brand Equity (d) Brand Personality
 - (11) _____ advertising helped Maggi to regain its market share after the crisis.
 (a) Green (b) Advocacy
 (c) Political (d) Product

TURN OVER

(12) Advertising spends on _____ advertising is growing at a faster rate as compared to others.

- (a) Print (b) Digital
(c) Cinema (d) Radio

(b) State whether the following statements are true or false (Any ten) :—

10

- (1) IMC is same as promotion mix .
- (2) Sign Boards are the oldest form of Advertising.
- (3) Radio is no longer a useful medium for advertising.
- (4) Client Turnover is a negative sign of growth for an advertising agency.
- (5) Commission is a traditional method of agency compensation .
- (6) Account Executives handle finances of an advertising agency.
- (7) Jio has used an effective Integrated Marketing Strategy to fight competition .
- (8) Advertisements having direct comparison with a competitors products are unethical.
- (9) Advertising always has a positive impact on the society.
- (10) Decoding uses signs & symbols to communicate the advertising message .
- (11) The Jan Dhan Yojana of the prime minister has used Doordarshan channel for effective promotion in regional areas .
- (12) Social media has made advertising execution interactive.

2. Answer any **two** of the following :—

15

- (a) Explain the meaning of Integrated Marketing Communication (IMC). What is the role of advertising within IMC ?
- (b) Define advertising. Who are the active participants of advertising ?
- (c) Explain the classification of advertising on the basis of functions.

3. Answer any **two** of the following :—

15

- (a) What are the factors considered while selecting an advertising agency ?
- (b) How can an advertising agency maintain a healthy relationship with its clients ?
- (c) What are the unique skills required for a career in advertising ?

4. Answer any **two** of the following :—

15

- (a) How does advertising affect market competition ?
- (b) Discuss the common ethical issues in advertising.
- (c) Describe how ASCI self-regulates advertising in India.

5. Answer any **two** of the following :—

15

- (a) With the help of a diagram explain the advertising communication process.
- (b) Explain the features of corporate image advertising.
- (c) Describe different execution styles of advertisements.

6. Write short notes on any **four** of the following :—

20

- (a) Any five benefits of advertising
- (b) Creative Pitch
- (c) Pro bono advertising
- (d) AIDA
- (e) Effect of advertising on cultural values
- (f) Brand equity.

(मराठी रूपांतर)

[वेळ : ३ तास

एकूण गुण : १००

- सूचना : (१) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
 (२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.
 (३) मूळ इंग्रजी प्रश्न प्रमाण मानावेत.

१. खालील पर्यायामधून योग्य पर्याय निवडा (कोणतेही दहा) :-

१०

- (१) हा सामूहिक विपणन संदेशवहनातील घटक नाही..
 (अ) इंटरनेट (ब) प्रसंग आणि प्रायोजकत्व
 (क) भौतिक वितरण (ड) विक्रय वृद्धि
- (२) ही जाहिरात वस्तूसाठी सामान्य मागणी तयार करते ,
 (अ) प्राथमिक (ब) निवडक
 (क) सामाजिक (ड) व्यापारीक
- (३) हा जाहिरात एजन्सीची जुना प्रकार आहे
 (अ) मोठी एजन्सी (ब) जागा मध्यस्थ
 (क) सर्जनशील बुटीक (ड) घरातील एजन्सी
- (४) हा विभाग जाहिरात एजन्सीतील जाहिरात उत्पादन प्रक्रियेत समन्वय करतो.
 (अ) माध्यमे (ब) ट्रॉफिक
 (क) ग्राहक सेवा (ड) लेखापरिक्षण
- (५) ही व्यक्ती जाहिरात एजन्सीतील शिर्षक आणि घोषवाक्य लिहीण्यास जबाबदार असतो.
 (अ) कल्पकता करणारा (ब) माध्यम अधिकारी
 (क) कॉपीरायटर (ड) लेखापरिक्षण अधिकारी
- (६) जाहिरात एजन्सीच्या सर्जनशील विभागातील कार्यकारी लोकांसाठी हे कौशल्य गरजेचे आहे.
 (अ) संदेशवहन (ब) कल्पकता
 (क) विपणन (ड) संघटनात्मक

[TURN OVER

- (७) हि जाहिरात भ्रामक आहे .
 (अ) वस्तू (ब) संस्थात्मक
 (क) प्रातिनिधिक द्रव्य (ड) स्थानीय
- (८) त्याचक्षणी खरेदी (पॉईंट ऑफ परचेस) जाहिरात या खरेदीला उत्तेजना देण्यास मदत करते .
 (अ) प्रेरणात्मक (ब) योजनात्मक
 (क) अंदाजात्मक (ड) ऑनलाईन
- (९) 'स्वच्छ भारत' जाहिरात ही या जाहिराततीचे उदाहरण आहे
 (अ) राजकीय (ब) प्रो-बोनो
 (क) संस्थात्मक (ड) व्यापारीक
- (१०) म्हणजे बोधनामांकनाचे वाढीव मूल्ये होय
 (अ) बोधनामांकन प्रतिमा (ब) बोधनामांकन विश्वासार्हता
 (क) बोधनामांकन मूल्ये (ड) बोधनामांकन व्यक्तिमत्त्व
- (११) जाहिरातीने संक्रान्तर मॅगीला विपणन भाग पुन्हा मिळविण्यासाठी मदत केली
 (अ) हरित (ब) समर्थन
 (क) राजकीय (ड) वस्तू
- (१२) जाहिरात खर्च हा या जाहिरातीवार इतरांच्या तुलनेत जलदगतीने वाढत आहे
 (अ) छापील (ब) डीजीटल
 (क) सिनेमा (ड) रेडिओ
- (ब) खालील विधाने खरी किंवा खोटी ते सांगा (कोणतेही दहा)
- (१) आय एम सी हे वृद्धि मिश्रणासारखेच आहे.
 (२) खुणधारी चौकट (साइन बोर्ड) हा जाहिरातीचा सर्वात जुना प्रकार आहे.
 (३) जाहिरातीसाठी रेडिओ माध्यम आता उपयोगी राहिले नाही.
 (४) ग्राहक गतिशीलता ही जाहिरात एजन्सीच्या वाढीसाठी नकारात्मक खूण आहे.
 (५) एजन्सी मोबदल्याची कमिशन हि एक जुनी पद्धती आहे.
 (६) लेखापरिक्षण अधिकारी हा जाहिरात एजन्सीतील वित्त हाताळतो.
 (७) 'जीओ' ने स्पर्धेला तोंड देण्यासाठी प्रभावशाली सामूहिक विपणन व्यव्हरचना उपयोगात आणली आहे.
 (८) जाहिरात जी स्पर्धकाच्या वस्तूंबरोबर सरळ तुलना करते ते अनैतिक आहे
 (९) समाजावर जाहिरातीचा नेहमी सकारात्मक प्रभाव असतो.
 (१०) मजकूर लिखित रूप हे जाहिरात संदेश, संदेशवहनासाठी चिन्ह आणि खुणा यांचा उपयोग करते.
 (११) पंतप्रधानांची जन धन योजना ही दूरदर्शन माध्यम विभागीय क्षेत्रात प्रभावी वृद्धिसाठी उपयोगात आणते.
 (१२) सामाजिक माध्यमे, जाहिरात दाखविणे यालाच संवादशील बनवितात

१०

[TURN OVER]

२. कोणत्याही दोहोंची उत्तरे लिहा १५
- (अ) 'सामूहिक विपणन संदेशवहन' याचा अर्थ स्पष्ट करा. आय एम सी तील जाहिरातीची भूमिका काय आहे ?
- (ब) जाहिरातीची परिभाषा द्या. जाहिरातीचे कार्यशील भागीदार कोण आहेत ?
- (क) कार्याच्या आधारावर जाहिरातीचे वर्गीकरण स्पष्ट करा.
३. कोणत्याही दोहोंची उत्तरे लिहा १५
- (अ) जाहिरात एजन्सीची निवड करताना कोणते घटक विचारात घेतले जातात ?
- (ब) ग्राहकांबरोबर जाहिरात एजन्सी सुदृढ संबंध कसे राखून ठेवतात ?
- (क) जाहिरातीत रोजगारासाठी कोणत्या वैशिष्ट्यपूर्ण कौशल्यांची गरज आहे ?
४. कोणत्याही दोहोंची उत्तरे लिहा १५
- (अ) विपणन स्पर्धेला जाहिरात कशी प्रभावी करते ?
- (ब) जाहिरातीतील समान्य नैतिक समस्यांची चर्चा करा.
- (क) भारतात ए एस सी आय कसे जाहिरातीचे स्व-नियमन करतात त्याचे वर्णन करा.
५. कोणत्याही दोहोंची उत्तरे लिहा १५
- (अ) आकृतीच्या मदतीने जाहिरात संदेशवहन प्रक्रिया स्पष्ट करा.
- (ब) संघटना प्रतिमा जाहिरातीचे वैशिष्ट्य स्पष्ट करा.
- (क) जाहिरातीच्या विविध दाखविण्याच्या शैलींचे वर्णन करा.
६. खालीलपैकी कोणत्याही चारांवर संक्षिप्त टीपा लिहा २०
- (अ) जाहिरातीचे फायदे
- (ब) सर्जनशील खेळपट्टी
- (क) प्रो-बोनो जाहिरात
- (ड) ए आय डी ए (AIDA)
- (इ) सांस्कृतिक मुल्यावर जाहिरातीचा प्रभाव
- (फ) बोधनामांकन मूल्ये.