

[Time: 2:30]

[ Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All Questions are compulsory.
  2. Support your answer with relevant examples.
  3. Figure to the right indicates marks.

**Q.1 Case Study :**

Established in 1996, Whirlpool of India Ltd.(WIL) set out to capture the Indian market with its customer-centric approach. The company gained leadership in the direct cool refrigerator segment with a significant share in the washing machine market. However, with the entry of Korean conglomerates - LG and Samsung, WIL's rise to success came to a halt. Competing for the same market space, these Korean players a host of technologically superior products at affordable rates through a strong countrywide network. Promoted aggressively and backed by a customer care service to please Indian customers, these product took away the market share from WIL in less than a decade. The Korean companies refined the customer service in the home appliances segment. To make a comeback in the Indian Market, as the advertising manager for Whirlpool.

Task :

- |   |   |    |
|---|---|----|
| a)  | Outline the communication Plan  | 05 |
| b)  | State the advertising Objectives  | 04 |
| c)  | Create an Advertising Strategy using any two IMC tool.  | 06 |
| <b>Q.2</b>                                  |   |    |
| a)  | Explain the functions of the various departments of a modern Advertising Agency.                      | 08 |
| b)  | Explain various stages in client agency relationship.   | 07 |
| <b>OR</b>                                   |   |    |
| a)  | What is the role of CRM and Digital advertising in developing new business?                           | 08 |
| b)  | 'Market feasibility is an important element of every business plan'. Evaluate.                        | 07 |
| <b>Q.3</b>                                  |   |    |
| a)  | Explain account planning process in detail?   | 08 |
| b)  | Explain the AIDA Model of Communication.  | 07 |
| <b>OR</b>                                   |   |    |
| a)  | Explain the service quality Gap Model from an advertising Agency perspective with a suitable diagram. | 08 |
| b)  | Write a note on 7P's of Service Marketing.  | 07 |
| <b>Q.4</b>                                  |   |    |
| a)  | Explain in detail the various types of Advertising Agencies.  | 08 |
| b)  | What do you mean by CFB and non-CFB Promotions? Explain with suitable examples.                       | 07 |
| <b>OR</b>                                   |   |    |
| a)  | What are the various agency compensation methods/sources of an income for an advertising agency?      | 08 |
| b)  | What are the three stages of buying behaviors?  | 07 |
| <b>Q.5 Write short notes on any three :</b> |   |    |
| i.  | Story work  | 15 |
| ii.   | Post production of an Advertising Film  |    |
| iii.  | Role of an Account Planner  |    |
| iv.   | DAGMAR Model  |    |
| v.  | Pull and Push Strategies.   |    |

**TURN OVER**

[वेळ: २:३० तास]

[गुण: ७५]

प्र.१ व्हर्लपूल ऑफ इंडिया लिमिटेड आपल्या ग्राहक केंद्रित दृष्टिकोनाचा अवलंब करत भारतीय बाजारपेठे काबीज करण्याची योजना आखली आहे. कंपनीने डायरेक्ट कूल रेफ्रिजरेटरच्या बाजारपेठ काबीज केली आणि वॉशिंग मशीनमध्येही मोठा हिस्सा मिळवला आहे. पण आता एलजी आणि सॅमसंग या बलाढ्य कोरियन कंपन्या आता अत्याधुनिक तंत्रज्ञानयुक्त अधिक चांगल्या दर्जाची उत्पादने परवडणाऱ्या किंमतीत उपलब्ध करून देतात. तसेच देशभरात त्यांचे विक्रेत्यांचे जाळे अधिक मजबूत आहे. कोरियन कंपन्या आपली उत्पादनांच्या विपणन आणि विक्रीच्या बाबतीत अधिक आक्रमक आहेत आणि भारतीय ग्राहकांना करण्यासाठी चांगली ग्राहक सेवाही देतात. त्यामुळेच गेल्या दशकात व्हर्लपूल इंडियाचा बाजारपेठेतील हिस्सा घटला आहे. होम अपलायन्सेस मध्ये ग्राहक सेवेच्या बाबतीत कोरियन कंपन्यांनी नवा अध्याय लिहिला आहे. भारतीय बाजारपेठेत परत एकदा कमबॅक करण्याच्या दृष्टीने व्हर्लपूलचे ऍडव्हर्टायझिंग मॅनेजर म्हणून म्हणून:

- अ) संज्ञापनाचा आराखडा तयार करणे. ०५  
 ब) जाहिरातीसाठी उद्दिष्टे निश्चित करणे. ०४  
 क) कोणतेही दोन इंडिग्रेटेड मार्केटिंग टूलचा वापर करत जाहिरातीची रणनीती तयार करणे. ०६

- प्र.२ a) आधुनिक जाहिरात एजन्सीतील विविध विभागांची कार्ये समजावून सांगा. ०८  
 b) ग्राहक नातेसंबंधातील विविध टप्पे कोणते? ०७

किंवा

- a) नवा व्यवसाय विकसित करण्यामध्ये डिजिटल ऍडव्हर्टायझिंग आणि ग्राहक-नातेसंबंध व्यवस्थापन यांची भूमिका काय असते? ०८  
 b) प्रत्येक व्यवसाय आराखड्यामध्ये बाजारपेठ व्यवहार्यता हा महत्वाचा घटक असतो. मूल्यमापन करा. ०७

- प्र.३ a) अकाऊंट प्लानिंग प्रक्रिया विस्तारपूर्वक स्पष्ट करा. ०८  
 b) संज्ञापनातील आयडा प्रारूप स्पष्ट करा. ०७

किंवा

- a) सुयोग्य आकृतीसह जाहिरात संस्थेच्या दृष्टीकोनातून सर्व्हिस क्वालिटी गॅप मॉडेल स्पष्ट करा. ०८  
 b) सर्व्हिस मार्केटिंगच्या '7पी' यावर टिपण लिहा. ०७

- प्र.४ a) विविध प्रकारच्या जाहिरात संस्था याविषयी विस्तारपूर्वक चर्चा करा. ०८  
 b) सीएफबी आणि नॉन सीएफबी प्रमोशन म्हणजे काय? उदाहरणासह स्पष्ट करा. ०७

किंवा

- a) जाहिरात संस्थेच्या उत्पन्नाचे विविध स्रोत कोणते? ०८  
 b) खरेदी वर्तणूकीचे तीन टप्पे कोणते? ०७

**TURN OVER**

प्र.५ टिपा लिहा.(कोणत्याही तीन)

- अ) स्टोरी वर्क
- ब) ऍडव्हर्टायझिंग फिल्मचे पोस्ट प्रोडक्शन
- क) अकाऊंट प्लानरची भूमिका
- ड) डॅंगमार मॉडेल
- इ) पुश आणि पुल स्ट्रॅटेजी.