

- सूचना : (१) सर्व प्रश्न अत्यावश्यक.
(२) आवश्यक तेथे योग्य उदाहरणांचा आधार घ्या.
(३) उजवीकडील आकडे गुण दर्शवितात.

१. पुढीलपैकी कोणत्याही एका उत्पादनाच्या बाबतीत परदेशातील जाहिरात धोरण ठरविताना कोणते समाज-सांस्कृतिक घटक विचारात घ्यावे लागतील? १५

- (१) भारतीय बनावटीचा स्मार्ट फोन.
(२) भारतीय ध्यान केंद्र.

टीप:- दिलेल्या तीन वर्गांपैकी कोणतेही दोन वर्ग निवडून, निवडलेल्या वर्गातील प्रत्येकी एक देश विचारात घेऊन वरील प्रश्नाचा विचार करावयाचा आहे.

- वर्ग अ - USA, UK, जर्मनी, रशिया
वर्ग ब - चीन, जपान, दक्षिण कोरिया
वर्ग क - मध्यपूर्व देश, दुबई व अबुधाबी वगळून.

२. (अ) जागतिकीकरणाचा भारतीय अर्थव्यवस्थेवर झालेला परिणाम. चर्चा करा.
(ब) भारतीय अर्थकारणातील बदलामुळे (आर्थिक धोरण) जाहिरात क्षेत्रात बदल घडवून आणला. यावर तुमचे मत काय आहे? विवेचन करा.

किंवा

- (अ) आंतरराष्ट्रीय बाजारपेठेकरिता उत्पादनाच्या पॅकेजिंगमध्ये काय उपाययोजना विचारात घ्यावी?
(ब) जागतिक संकल्पनेच्या संदर्भात आंतर संस्कृतीचा (क्रॉस-कल्चर) जाहिरातीवर कसा प्रभाव पडला? चर्चा करा.

३. (अ) सामाजिक विपणन (सोशल मार्केटिंग) म्हणजे काय? योग्य उदाहरणासहित तुमच्या उत्तराला पुष्टी द्या.
(ब) खालीलपैकी कोणत्याही एकावर सोशल मार्केटिंग मोहीम तयार करा.

- (अ) महिला सुरक्षितता (वुमन सेफ्टी)
(ब) इंद्रिय दान (ऑर्गन डोनेशन)
(क) बाल व्यापार (चाइल्ड ट्रॅफिकिंग)

किंवा

३. (अ) "संस्कृतीनुरूप संदेश असावा" भाष्य करा.
(ब) जाहिरात केव्हा वादग्रस्त ठरते? उदाहरणासहित स्पष्ट करा.

४. खालीलपैकी कोणत्याही तिघांवर टीपा लिहा.

- (अ) ऑन लाइन जाहिरात (ऑनलाइन अँडव्हर्टायझिंग)
(ब) जाहिरात व मुले
(क) बाजार शक्ती (मार्केट पॉवर्स)
(ड) शक्ती-अंतर निर्देशांक (पॉवर डिस्टन्स इंडेक्स PDI)
(ई) आय एम सी टूल्स (IMC टूल्स)