

SYBMM / sem IV / Regular / April-19

03105/19

Marks- 75

Time- 2.30hrs

Q. 1. Case study:

(15)

Aditya Birla group entered the retail sector with Aditya Retail in 2006. Initially they took over. Trinathre a retail chain and in 2007, under the division Aditya Birla Nuvo started the 'More' chain of supermarkets and hypermarkets. 'More' has a Pan India presence with 575 supermarkets and 12 hypermarkets known as 'More megastores'.

The core essence of 'More' is 'Hamesha Extra'. More has ones 11,000 employees in 2009. In 2011 more was adjusted the best Employer in the retail sector by the Asia Retail congress.

The challenge for 'More' as for competitors like Big Bazar is to ensure greater foot falls on a regular basis. You are given charge of Marketing strategy.

Task:

1. Write target audience for the above case study. (5)
2. Which media channels can be used by 'More' supermarket? (5)
3. Support marketing strategy with any two IMC tools. (5)

Q. 2. A. Write a note on agency structure and the functions of advertising agency in detail. (15)

OR

- B. What are the various methods of defining advertising budget? (8)
- C. Write a note on client-agency relationship. (7)

Q. 3. A. Define marketing brief. Write a detail note on marketing brief. (8)

B. Explain the 3 stages of buying behaviour. Evaluate with AIDA model. (7)

OR

- C. What are the various functions of advertising? (8)
- D. What are the effects of advertising on society? (7)

Q. 4. A. Explain the importance of pretesting. What are the various methods of pretesting of the advertisements? (8)

B. Discuss in detail the elements of copywriting. (7)

OR

C. What is concept testing? What are the methods of concept testing? (8)

D. What is IMC? What are the various IMC tools? (7)

Q. 5. Write short notes. (any 3 out of 5)

(15)

1. USP
2. Advertising strategy
3. 5 M' of advertising
4. DAGMAR
5. Importance of visualisation in ads

munotes.in

SYBMM / Sem IV / Regular / AP01-19

03/05/19

वेळ: २:३० तास

गुण: ७५

सूचना : सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.

उजवीकडील अंक गुण दर्शवतात.

आदित्य बिल्वा ग्रुपने रिटेल सेक्टरमध्ये आदित्य रिटेल या नावाने 2016साली प्रवेश केला होता सुरुवातीला त्यांनी Trinathre या रिटेल त्यांचे मालकी हक्क मिळवले होते त्याअंतर्गत त्यांनी आदित्य बिल्वा नमो या कंपनीच्या माध्यमातून मोर ही सुपर मार्केट आणि हायपर मार्केट चेन सुरू केली होती आजच्या तारखेला भारतामध्ये मोर्चे 575 सुपर मार्केट आणि मोर मेगा स्टोअर्स या नावाने 12 हायपर मार्केट आहेत मोरने त्यांच्या मोहिमेत हमेशा एक्स्ट्रा यावर भर दिला आहे मोर्चे 2009 मध्ये अकरा हजार कर्मचारी होते आणि 2011 मध्ये त्यांना एशिया रिटेल काँग्रेस यांच्यातर्फे हे बेस्ट एम्प्लॉयर असा पुरस्कार मिळाला होता बिग बाजार सारख्या स्पर्धकाचे मोठे आव्हान मोर समोर आहे यासाठी त्यांना विपणन रणनीती आखायची आहे.

पुढील उतारा वाचून खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

- अ. बरील केस स्टडीसाठी लक्षित प्रेक्षक कोणता ते सांगा. 5
- ब. मोर सुपरमार्केटकडून कोणत्या माध्यम वाहिन्यांचा उपयोग केला जावा असे तुम्हाला वाटते ? 5
- क. जाहिरात रणनीतीला सहाय्य करणाऱ्या एकत्रित विपणन संवादातील कोणत्याही 2 घटकांची चर्चा करा. 5
2. अ. जाहिरात संस्थेची रचना आणि त्यांचे कार्य यावरती टिपण लिहा. 15
- किंवा
- ब. जाहिरातींचे अंदाजपत्रक म्हणजेच बजेट निर्धारित करणारे घटक कोणते? 8
- क. जाहिरात संस्था आणि ग्राहक नातेसंबंध यावर टीप लिहा. 7
3. अ. मार्केटिंग ब्रिफ म्हणजे काय मार्केटिंग ब्रिफ वरती टिपण लिहा. 8
- ब. ग्राहक वर्तनाच्या तीन कोणत्याही टप्प्यांची चर्चा करा. आयडा प्रतिमानाचा वापर करा. 7

किंवा

- क. जाहिरातींची कार्य आणि भूमिका स्पष्ट करा. 8
- ड. जाहिरातींचा समाजावर होणारा परिणाम. 7
4. अ. प्री टेस्टिंग चे महत्व स्पष्ट करा. जाहिरातींमधील प्री टेस्टिंगच्या विविध पद्धती कोणत्या? 8
- ब. कॉपीरायटिंग चे विविध घटक स्पष्ट करा. 7
- किंवा
- क. कन्सेप्ट टेस्टिंग म्हणजे काय ? कन्सेप्ट टेस्टिंगच्या विविध पद्धती कोणत्या? 8
- ड. एकत्रित विपणन संवाद (IMC) म्हणजे काय ? एकत्रित विपणन संवादाची साधने कोणती? 7
5. खालीलपैकी कोणत्याही 3 टिपा लिहा. 15
1. USP
 2. जाहिरात रणनीती
 3. जाहिरातींचे ५ M
 4. डागमार मॉडेल
 5. जाहिरातींमधील विह्वलायझेशनचे महत्त्व
