

NOTE: - ALL QUESTIONS ARE COMPULSORY.

Q.1) "Sex appeal is unnecessary in many advertisements." do you agree with the statement? (15)

Give support of your answer.

Q.2) What points would you take into account while preparing advertising budget. (15)

OR

a) How does Advertising affect the society. (08)

b) Point out the limitations of advertising. (07)

Q.3) An advertising agency acts as an advisor and consultant of its clients. Explain the statement. (15)

OR

a) Explain DAG MAR model (08)

b) What are the effects of advertising on economy? (07)

Q.4) Explain the concepts (Any 5) (15)

a) Media brief

b) Illustration

c) Traffic Controller

d) Thumbnail

e) Visualisation

f) White space

g) Sponsorship

Q.5) Short Notes On (Any 3) (15)

a) AIDA model

b) USP

c) Pre-testing

d) Personal selling

e) Agency client relationship.

9/10/19
VCD/ / SYBMM Intro to advt./sem IV ATKT choice base/Oct 2019 /75 marks/2 1/2 hr.

सूचना : सर्व प्रश्न अनिवार्य

सर्व प्रश्नांना समान गुण

प्र.१) अनेक जाहिरातीत लैंगिक अपील करणे अनावश्यक आहे. या विधानाशी आपण सहमत आहात का?

आपल्या उत्तरास समर्थन द्या. (१५)

प्र.२) जाहिराती अंदाज पत्रक (बजेट) बनविताना आपण कोणत्या मुद्द्यांचा विचार कराल? (१५)

किंवा

प्र.२.अ) समाजावर जाहिरातीचा कसा परिणाम होतो? ? (८)

प्र.२.ब) जाहिरातीच्या मर्यादा विशद करा? (०७)

प्र.३) जाहिराती संस्था त्यांच्या ग्राहकांसाठी सल्लागार म्हणून कार्य करतात. विधानाचे स्पष्टीकरण द्या.

(१५)

किंवा

अ) DAGMAR मॉडेल स्पष्ट करा? ? (८)

ब) जाहिरातीचा अर्थव्यवस्थेवर काय परीणाम होतो? (०७)

४) पुढील संकल्पना स्पष्ट करा? (कोणतेही पाच) (१५)

अ) माध्यम संक्षिप्त

ब) स्पष्टीकरणात्मक चित्र (illustration)

क) वाहतूक नियंत्रक

ड) लघु प्रतिमा (thumbnail)

इ) कल्पना (visualisation)

फ) व्हाईट स्पेस

ग) प्रायोजकत्व

प्र.५) टिपा लिहा. (कोणतेही तीन)

(१५)

१) AIDA मॉडेल

२) USP

३) पूर्व चाचणी

४) व्यक्तिगत विक्री

५) संस्था ग्राहक नातेसंबंध