

Duration: 2.30 Hours

Marks- 75

N.B- All questions are compulsory

Figures to the right indicate full marks

Q. 1. Case study-

(15)

Reliance Jio Infocomm Limited (Jio) rose to become one of the leading telecom networks in India. Jio has captured a large market chunk and achieved numbers that took the competition over a decade to achieve. It is India's only network which is solely 4G and its USP is the free services that it offers. In order to enter the Indian telecom market, Jio offered free voice, data, and message services in the name of its "Welcome Offer". Jio also offered different apps like movies, music, chat etc. which could be used with the Jio SIM. The subscription process for the Jio SIM was also simplified and there was a huge response from Indian customers. Post launch, Jio then introduced its commercial operations by charging the customers under different tariff plans. Prepare-

1. Identify the target audience in the above case study. (6)
2. What is your opinion about Jio selecting multiple channels for their advertising campaign? (4)
3. Suggest the other elements of promotional mix. (5)

Q. 2. A. What are the various functions of advertising? (8)

B. Explain the limitations of advertising. Support with examples. (7)

OR

C. What are the unethical forms of advertising? Elaborate any 3 with the help of examples. (8)

D. What are the various functions of ad agency? (7)

Q. 3. A. What are the various departments in the ad agency? (8)

B. Explain how AIDA model guides the creation of an ad. (7)

OR

C. Explain the importance of USP in advertising. Support your answer with the help of example. (8)

D. Explain communication process in advertising with the help of example. (7)

Q. 4. A. What are the various methods of defining advertising budget? (8)

B. How advertising agency earn its income? (7)

OR

B. Explain the importance of pre-testing and post testing. Explain the various methods of post-testing of advertising. (15)

Q. 5. Write any 3 short notes out of 5. (15)

1. Latest trends in advertising.
2. Concept testing.
3. Client-agency relationship
4. History of advertising
5. Pre-campaign research

**Turn Over**

वेळ : 2.30 तास

गुण : 75

सूचना 1) सर्व प्रश्न सोडवा.

2) उजवीकडील संख्या गुण दर्शवितात.

प्रश्न 1 ला केस स्टडी वाचून खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

रिलायन्स जिओ इन्फोकॉम लिमिटेड (जिओ) हे भारतातील आघाडीच्या नेटवर्क कंपन्यांपैकी एक मानले जाते. अवघ्या एका दशकात जिओने आपल्या प्रतिस्पर्ध्यांना मागे सारत खूप मोठी बाजारपेठ काबीज केली. भारतातील हे असे एकमेव नेटवर्क आहे जे 4G देते आणि फ्री सर्व्हिस हा त्यांचा USP आहे. भारतातील दूरसंचार क्षेत्रात जिओने व्हाईस कॉल, नेट डाटा, मेसेजेस या गोष्टी निःशुल्क देऊ केल्या आहेत. या सेवा 'वेलकम ऑफर' या नावाने ग्राहकांना पुरविल्या जातात. जिओने विविध ऍपही निःशुल्क देऊ केले आहे. उदाहरणार्थ- चित्रपट, संगीत, चॅट इत्यादी हे सर्व जिओ सीमवर फुकट मिळणार आहे. जिओ कार्ड विकत घेण्याची व सक्रिय करण्याची प्रक्रिया अतिशय सोपी असल्याने भारतीय ग्राहकांचा त्यास प्रचंड प्रतिसाद मिळाला. या सर्व सेवा वितरीत केल्यानंतर जिओने विविध टेरिफ प्लॅन बनवून ग्राहकांकडून व्यावसायिक कर आकारणी सुरू केली आहे.

1. वरील केस स्टडीतील लक्षित ग्राहक कोण आहे सांगा? (06)
2. तुमच्या मते जिओने विविध चॅनल्स निवडण्यामागे त्यांचे कोणती जाहिरात मोहीम असावी असे वाटते? (04)
3. इतर जाहिरात मिश्रण (प्रमोशनल मिक्स) सुचवा? (05)

प्रश्न 2 रा अ. जाहिरातीची विविध कार्ये सांगा? (08)

ब. जाहिरातीच्या मर्यादा उदाहरणांसह स्पष्ट करा. (07)

किंवा

क. जाहिरातीतील अनैतिक प्रकार सांगा? उदाहरणांसह कोणतेही 3 (तीन) स्पष्ट करा. (08)

ड. जाहिरात संस्थेची विविध कार्ये सांगा. (07)

**Turn Over**

प्रश्न 3 रा अ. जाहिरात संस्थेतील विविध विभाग कोणते. (08)

ब. AIDA मॉडेल जाहिरात बनविण्यास कसे उपयुक्त ठरते ते सांगा. (07)

किंवा

क. जाहिरातीतील USP चे महत्त्व सांगा. विविध उदाहरणांसह स्पष्ट करा. (08)

ड. जाहिरातीतील संवाद प्रक्रिया उदाहरणासह स्पष्ट करा. (07)

प्रश्न 4 था अ. जाहिरातीचे बजेट ठरविण्याच्या विविध पद्धती सांगा (08)

ब. जाहिरात संस्थेच्या उत्पन्नाचे साधन कोणते असते (07)

किंवा

क. पूर्व चाचणी आणि उत्तर चाचणी म्हणजे काय? जाहिरातीतील उत्तर चाचणीच्या विविध पद्धती सांगा. (15)

प्रश्न 5 वा टीपा लिहा (कोणत्याही तीन) (15)

1. जाहिरातीतील अलीकडील कल (ट्रेण्ड)

2. संकल्पना चाचणी

3. ग्राहक-संस्था नातेसंबंध

4. जाहिरातीचा इतिहास

5. पूर्व चाचणी संशोधन

\*\*\*\*\*