

(2hrs 30 mins)

Total Marks: 75

- Instructions:** (a) All questions are compulsory and carry equal marks
 (b) Figures to the right indicate marks
 (c) Support answers with examples wherever necessary

Q.1 Multimedia Campaign and strategy:-**15**

- A. Thumbs Up is a popular beverage in India having a long legacy in the market. Their advertisements are full of adventure, excitement & energy so as to appeal to the youths of the country. They now want to reach out to the older age group as well, who may not be able to connect to the advertising style currently employed by them.

The brief is to employ an appropriate appeal and create a campaign with a possible change of tone and technique, perhaps by having a mature, subtle and sophisticated approach to which the older age group can relate.

Answer the following

- | | |
|---|------------|
| a. Draft a Creative Plan for them. | [4] |
| b. Define their message strategy. | [2] |
| c. Make two print ads based on the brief. | [4] |
| d. Draw a story board for a 30 sec TVC. | [5] |

OR

- B. Vodafone is a telecommunications service provider in India facing a tough pricing competition in the market due to strategies employed by its rivals, who are providing voice & data services at an extremely low cost. Due to this, Vodafone customers are migrating in large numbers to other service providers and the company is finding it difficult to retain its existing customers.

Brief of the campaign is to stop this large scale migration by users by appealing to their loyalty, and highlighting the quality of their service over its competitors.

Answer the following:

- | | |
|---|------------|
| a. Draft a Creative Plan for them. | [4] |
| b. Define their message strategy. | [2] |
| c. Make two print ads based on the brief. | [4] |
| d. Draw a story board for a 30 sec TVC. | [5] |

- Q. 2** A. Discuss in brief some major qualities that a copywriter must possess. **[8]**
 B. Write a script for a 20 second radio spot for an educational app “Byju” that will assist students in studying. **[7]**

OR

- | | |
|---|------------|
| C. Differentiate between left brain & right brain thinking with examples. | [8] |
| D. Make an Outdoor poster to inform people of a super sale at all the “Shopper’s Stop” outlets. | [7] |

Turn Over

Q.3. Answer the following;-

- A. Discuss any four effective Idea Generation Techniques. [8]
 B. Draft an email promoting a holiday tour package from “KESARI TOURS” for the entire family. [7]

OR

- C. Write a brief note on CAN elements of creative advertisements. [8]
 D. Write a Direct Mail to prospective customers encouraging them to visit “JAVED HABIB” salon outlets in the Mumbai. [7]

- Q.4.** A. What factors must be kept in mind while creating headlines & subheadlines for a Print Ad? [8]
 B. As the Public Relations Officer of a city Bandra Cricket Club, write a Press Release informing the media of the club winning a prominent city tournament. [7]

OR

- C. What are the essentials of writing a good copy for women? [8]
 D. Draft a Classified Ad for matrimony search services offered by bharatmatrimony.com [7]

Q.5. Write a short note on any three of the following: 15

1. Conscious & Unconscious Mind
2. Transcreativity
3. Types of Appeals
4. B2B Advertising
5. SMS Advertising

Turn Over →

सूचना:

१. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
२. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.
३. उजवीकडील अंक कमाल गुण दर्शवितात.
४. आवश्यक तेथे योग्य उदाहरणांचा व आकृत्यांचा वापर करा.

प्रश्न १ बहुमाध्यम मोहीम आणि सुयोग्य धोरण. (Multimedia campaign)

थम्स अप हे भारतीय शीतपेयांच्या बाजारपेठेतील लोकप्रिय पेय आहे. थम्स अपच्या जाहिराती नेहमीच साहस, उत्साह आणि चैतन्य दर्शविणाऱ्या असतात. यामुळे साहजिकच त्या तरुण वर्गाला भावतात. आता थम्सने आपला मोहरा मध्यम वर्गीय आणि वयस्कर गटाकडे वळविण्याचे ठरविले आहे. पण सध्याच्या तरुण जाहिरातींचा बाज वयस्करांचं मन जिंकू शकत नाहीत. यामुळे या नव्या गटाकरीता नव्या जाहिराती करावयाच्या आहेत.

नव्या मोहीमेसाठी ब्रीफ: नव्या वयस्क गटाला भावतील अशा नव्या जाहिरात संकल्पना मांडणे आणि त्याकरीता आवाजाचा जरासा परिपक्व पोत किंवा भाषेचा थोडा शालीन (सोफिस्टिकेटेड) लहेजा वापरावा लागला तरी चालणार आहे. वयस्कर ग्राहकगटाला जाहिरात आपलीशी वाटावी हा उद्देश साध्य करावयाचा आहे.

अ	लक्षित ग्राहकांवर प्रभाव पाडण्यासाठी क्रियेटीव्ह ब्रीफ लिहा.	४
ब	जाहिरात संदेशाकरीता सुयोग्य धोरण सुचवा.	२
क	क्रियेटीव्ह ब्रीफ वर आधारीत दोन प्रिन्ट जाहिराती तयार करा.	४
ड	वरील क्रियेटीव्ह ब्रीफ वर आधार घेऊन टेलिव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा.	५

किंवा

व्होडाफोन ही भारतातील एक अग्रगण्य दूरसंचारण सेवा आहे. पण अलिकडे दूरसंचारणातील इतर स्पर्धक सेवांच्या किफायतशीर सेवादरांमुळे व्होडाफोनला प्रखर स्पर्धला तोंड द्यावे लागत आहे. स्पर्धेत टिकून रहाण्यासाठी इतरांनी अवलंबिलेल्या धोरणात अत्यल्प दरात वॉईस व डेटा सेवस देणे, याव्यतिरिक्त अन्य काही सेवा विनामूल्य देणे अशा गोष्टींचा समावेश आहे. याचमुळे व्होडाफोनचे ग्राहक मोठ्या संख्येने व्होडाफोन सोडून इतरांच्या सेवांकडे वळत आहेत. त्यामुळे आपल्या असलेल्या ग्राहकांना सांभाळणे व्होडाफोन ला जिकीरीचे जात आहे.

नव्या मोहीमेसाठी ब्रीफ: व्होडाफोन देऊ करत असलेला सेवेचा उच्च दर्जा आणि स्पर्धकांच्या तुलनेने उजवी असलेली तत्पर सेवा या बाबींचा दाखला देऊन मोठ्या प्रमाणावर होणारे हे स्थलांतर थांबविणे हे या मोहिमेचे प्रमुख उद्दीष्ट आहे.

अ	लक्षित ग्राहकांवर प्रभाव पाडण्यासाठी क्रियेटीव्ह ब्रीफ लिहा.	४
ब	जाहिरात संदेशाकरीता सुयोग्य धोरण सुचवा.	२
क	क्रियेटीव्ह ब्रीफ वर आधारीत दोन प्रिन्ट जाहिराती तयार करा.	४
ड	वरील क्रियेटीव्ह ब्रीफ वर आधार घेऊन टेलिव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा.	५

प्रश्न २	अ	जाहिरात लेखकाच्या अंगी असावे लागणारे काही महत्वाचे गुण यावर थोडक्यात चर्चा करा.	८
----------	---	---	---

- ब रेडिओ स्पॉट: (Radio spot) विद्यार्थ्यांना त्यांच्या अभ्यासक्रमात मोलाचा मार्गदर्शक ठरणाऱ्या बायजुज (Byju's Educational App) या ॲपच्या प्रसारासाठी रेडिओ स्पॉट लिहा. ७
- किंवा
- प्रश्न २ क योग्य उदाहरणासहीत उजव्या व डाव्या मेंदूच्या विचारसरणीतील फरक स्पष्ट करा. ८
- ड (Poster copy) शॉपर्स स्टॉपच्या सर्व आऊटलेटमध्ये सुरु असलेल्या सुपरसेलचा प्रसार करण्यासाठी पोस्टर तयार करा. ७
- प्रश्न ३ अ परिणामकारक संकल्पना उत्पत्तीच्या कोणत्याही चार तंत्रांबद्दल चर्चा करा. (Idea generation techniques) ८
- ब (E-mail copy) केसरी दूरस तर्फे संपूर्ण कुटुंबासाठी हॉलिडे दूर पॅकेज जाहिर करण्यासाठी ई-मेल कॉपी लिहा. ७
- किंवा
- प्रश्न ३ क (CAN element in creative advertisement) क्रियेटीव्ह ॲडव्हर्टाईजमधील कॅन या घटकाबद्दल संक्षिप्त टीप लिहा. ८
- ड (Direct mail) मुंबईतील जावेद हबीब सलूनला आवर्जून भेट द्यावी असा आग्रह करणारा थेट टपाली संदेश लक्षित ग्राहक गटाला उद्देशून लिहा. ७
- प्रश्न ४ अ मुद्रित जाहिरातीसाठी मथळे आणि उपशिर्षके लिहितांना कोणत्या गोष्टी लक्षात घ्याव्यात? ८
- ब (Press release) सिटी बांद्रा क्रिकेट क्लबचा पब्लिक रिलेशन ऑफीसर या नात्याने अलिकडेच क्लबने महत्वाच्या क्रिकेट टूर्नामेंटमध्ये घवघवीत यश मिळविले हे जाहीर करण्यासाठी प्रसिद्धीपत्रक लिहा. ७
- किंवा
- प्रश्न ४ क स्त्रियांकरीता जाहिरात लिहितांना कोणत्या महत्वाच्या गोष्टींचा भान ठेवणे आवश्यक आहे? ८
- ड (Classified Ad) वर्गीकृत जाहिरात: भारत मेंट्रीमोनी या विवाह — जुळणी संस्थेने त्यांच्या bharatmatrimoni.com या संकेतस्थळावर लग्नेच्छूक शोध सेवा (matrimony search services) सुरु केल्याचा प्रसार करण्याकरीता वर्गीकृत जाहिरात करा. ७
- प्रश्न ५ खालीलपैकी कोणत्याही तिघांवर टीपा लिहा. १५
- अ सजग आणि सुप्त मन.
- ब ट्रान्सक्रियेटीव्हिटी. (Transcreativity)
- क जाहिरातीतील आवाहनांचे प्रकार (Types appeals)
- ड व्यवसाय ते व्यवसाय जाहिरात. (B2B advertising)
- इ एस.एम.एस जाहिरात