

TYBMM_SEM V_REG./ATKT_NOV- DEC 2020_MEDIA PLANING (MAR)

*सूचना :

*सर्व प्रश्नांना समान गुण

*खालील ५० प्रश्नांपैकी ४० प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे

*प्रत्येकी प्रश्नांना १.५ गुण

*वेळ : १ तास (६० मिनिट)

*एकुण गुण ६०

* Required

1. Email *

2. Student Seat No. *

3. Student ID *

4. Student Full Name (surname first name middle name) *

5. १. मीडिया प्लॅनिंगमधील एनसीसीएस चा विस्तार काय आहे

Mark only one oval.

- ☐ New Customer Classification System
- ☐ New Consumer Classification System
- ☐ New Channel Classification System
- ☐ National Coalition for Cancer Survivorship.

6. २. मीडिया नियोजकांची भूमिका समन्वय साधणे, निर्णय क्षमता, ग्राहकांचे नातेसंबंध व्यवस्थापित करणे, _____, मोहिमेचे मूल्यांकन करणे, योग्य माध्यमांना बजेट वाटप करणे ही आहे.

Mark only one oval.

- ☐ संशोधन आणि विश्लेषण
- ☐ कला कार्य
- ☐ ग्राफिक्स
- ☐ क्लायंट सर्व्हर

7. 3. _____ हे मीडिया खरेदी, वेळापत्रक, नियोजन, मीडियावरील दराच्या प्रक्रियेची छाननी करते आणि त्याची बेंचमार्कशी तुलना करते.

Mark only one oval.

- ☐ मीडिया रिपोर्ट
- ☐ मीडिया ऑडिट
- ☐ मीडिया प्लॅन
- ☐ मीडिया रिसर्च

8. ४. _____ प्रकाशकांच्या श्रेणीमधील विशेषतः एकूण मालमत्ता, ती चिन्हांकित करते आणि ती फायद्यासाठी विकते

Mark only one oval.

- ☐ जाहिरात नेटवर्क
☐ जाहिरात विनिमय
☐ डिजिटल विपणन
☐ लेख विपणन

9. ५. ____ हे जाहिरातींच्या दृश्यांची संख्या आणि यशस्वी रूपांतरणांची संख्या यांचे गुणोत्तर आहे

Mark only one oval.

- ☐ कॉस्ट पर एक्शन
☐ कॉस्ट पर एनम
☐ कॉस्ट पर कन्वर्शन
☐ कॉस्ट पर अकाउंट

10. ६. कंपनी किंवा त्याच्या एजंट्सद्वारे व्युत्पन्न कंपनी किंवा ब्रँडशी संबंधित मीडिया क्रियाकलाप म्हणतात

Mark only one oval.

- ☐ Owned Media
☐ Earned Media
☐ Paid Media
☐ Digital Media

11. ७. ही ऑनलाइन बाजारपेठ आहेत जिथे पुरवठा आणि मागणी करणारे दोन्ही भागीदार कोणत्याही मध्यस्थांचा सहभाग न घेता थेट माल खरेदी आणि विक्री करू शकतात.

Mark only one oval.

- ☐ प्रीमियम पब्लिशर
☐ ऍडवरटाजिंग नेटवर्क
☐ ऍडवरटाजिंग एक्स्चेंज
☐ डिमांड स्लाईड प्लॅटफॉर्म

12. ८. ___ म्हणजे वापरकर्त्याची माहिती गोळा करणे आणि बाजारपेठेत वापरणे किंवा नंतर थेट मेल किंवा ईमेल वापरून त्यांना पुनर्विकास करणे होय.

Mark only one oval.

- ☐ रिमार्केटिंग
☐ रीटार्गेटींग
☐ ईमेल जाहिरात
☐ इंटरनेट मार्केटिंग

13. ९. ___ आपल्याला विविध माध्यम जसे की चित्रे, ऑडिओ आणि व्हिडिओ अपलोड आणि शेअर करण्यास अनुमती देते

Mark only one oval.

- ☐ अपलोडिंग
☐ डाउनलोडिंग
☐ मीडिया शेअरिंग
☐ सोशल नेटवर्किंग

14. १०. फेसबुक, ट्विटर आणि लिंकडइन यासारख्या सोशल मीडिया साइट्स अशी जाहिरात देतात जी संभाव्यतः आपली सामग्री तसेच आपली वेबसाइट वाढविण्यात मदत करू शकतील हे _____ चे एक उदाहरण आहे.

Mark only one oval.

- ☐ Earned media
☐ Owned media
☐ Paid media
☐ Digital media

15. ११. एक ब्रॅण्ड सिनेमाच्या माध्यमांचा वापर करून त्याचा संदेश _____ जाहिरातीमध्ये प्रसिद्ध करतो.

Mark only one oval.

- ☐ चित्रपट
☐ एम्बीयंट
☐ ट्रान्झिट
☐ पॉइंट ऑफ परचेस

16. १२. एखाद्या उत्पादनाचा किंवा सेवेच्या ग्राहकांकडे जाहिरातीचा संदेश देऊन पोहोचण्याचा आदर्श वेळ व ठिकाण. ” खालीलपैकी कोणत्यासाठी ही व्याख्या योग्य आहे?

Mark only one oval.

- ☐ अपर्चर जाहिरात
☐ जनसंपर्क
☐ मानवी संसाधने
☐ सभोवतालची जाहिरात

17. १३ . पीपीसीचा संपूर्ण संक्षिप्त स्वरूप काय आहे

Mark only one oval.

- ☐ Planning, plotting and consistency
- ☐ Pay per click
- ☐ Planning, production and commitment
- ☐ Pay per content

18. १४. इतरांच्या आधी किंवा त्याला प्राधान्य देण्याद्वारे किंवा खरेदी करण्याचा हक्क किंवा अधिकार या नावाने ओळखले जातात

Mark only one oval.

- ☐ उत्पादन संरक्षण
- ☐ वेळापत्रक
- ☐ पूर्व-शून्य दर
- ☐ जीआरपी

19. १५ . बसस्थानकांवर, बसमध्ये आणि रेल्वे स्थानकांवर, कॅबवरील जाहिराती ही ___ ची उदाहरणे आहेत

Mark only one oval.

- ☐ थेट जाहिरात
- ☐ ट्रान्झिट जाहिरात
- ☐ मेटा जाहिराती
- ☐ पारंपारिक जाहिरात

20. १६ . टीव्ही जाहिरातींचा तोटा आहे

Mark only one oval.

- ☐ वाढती उत्पादन खर्च
- ☐ अत्यंत व्यस्त
- ☐ विस्तृत कवरेज
- ☐ उत्पादनाची उच्च गुणवत्ता

21. १७ . आयएमसी म्हणजे

Mark only one oval.

- ☐ International managerial council
- ☐ International marketing council
- ☐ Integrated marketing communication
- ☐ Integrated manufacturing companies

22. १८. _____ मिडिया शेड्यूल करण्याच्या पद्धतीचा संदर्भ आहे ज्यामध्ये जाहिराती चुकणे अशक्य करण्यासाठी एअरवेव्ह (दोन्ही केबल आणि नेटवर्क टीव्ही चॅनेल दोन्ही) भरले असतात.

Mark only one oval.

- ☐ ब्लीकिंग
- ☐ फ्लायटिंग
- ☐ पलसिंग
- ☐ बरस्टीनग

23. १९. मासिकाच्या जाहिरातींचे तोटे _____ आहे.

Mark only one oval.

- ☐ निवड
- ☐ निष्ठा आणि प्रतिष्ठा
- ☐ अपरिवर्तनशिलता
- ☐ व्हिज्युअल प्रदर्शन

24. २० . रेडिओ जाहिरातींचे फायदे _____ आहेत

Mark only one oval.

- ☐ ह्यूमन टच
- ☐ नो मास कव्हेरेज
- ☐ नो सेलेक्टीविटी
- ☐ ग्रुप कव्हेरेज

25. २१. मुद्रण जाहिरातींना असे ही _____ म्हणतात

Mark only one oval.

- ☐ व्यवसाय जाहिरात
- ☐ प्रेस जाहिरात
- ☐ इलेक्ट्रॉनिक जाहिरात
- ☐ मीडिया जाहिरात

26. २२. अधिक संदेशासह बऱ्याच वेगवेगळ्या प्रोग्रामसह वापरले जाणारे अधिक माध्यम वहने ग्राहकांना _____ मध्ये सोडतात

Mark only one oval.

- ☐ फ्रेगमेंटेशन
☐ आयसोलेशन
☐ कंपोजिशन
☐ क्लटर

27. २३ . प्रिंट मिडियामध्ये कव्हरेज म्हणजे काय?

Mark only one oval.

- ☐ सरक्यूलेशन
☐ रीडरशिप
☐ जाहिराती
☐ बातमी

28. २४. जाहिरातीसाठी सर्वात प्रभावी माध्यम निवडण्याची प्रक्रिया खालीलप्रमाणे आहे.

Mark only one oval.

- ☐ वाटाघाटी
☐ पलसिंग
☐ माध्यम निवड
☐ मॉनिटरिंग

29. २५. जीआरपी म्हणजे?

Mark only one oval.

- ☐ Gross Rating Points
- ☐ Gross Review points
- ☐ Gross Reach points
- ☐ Gross Real points

30. २६. एनसीडी हे ___ साठी वापरली जाते?

Mark only one oval.

- ☐ रेडिओ
- ☐ टीव्ही
- ☐ प्रिंट
- ☐ सोशल मीडिया

31. २७. _____ हे प्रोग्रामच्या विशिष्ट कार्यक्रमासाठी रेटिंग प्रदान करते

Mark only one oval.

- ☐ टीआरपी साप्ताहिक अहवाल
- ☐ टीआरपीचा मासिक अहवाल
- ☐ टीआरपीचा वार्षिक अहवाल
- ☐ टीआरपीचा विशेष अहवाल

32. २८. __साठी माध्यमांची निवड मोठ्या प्रमाणात अवलंबून असते

Mark only one oval.

- ☐ जाहिरात योजना
- ☐ जाहिरात संदेश
- ☐ जाहिरात थीम
- ☐ जाहिरात बजेट

33. २९. हे मीडिया शेड्यूलमधील जाहिरातींच्या पॅटर्नचा संदर्भ देते.

Mark only one oval.

- ☐ संदेश वजन
- ☐ कोड
- ☐ सातत्य
- ☐ शेड्यूल

34. ३०. __ हे एखाद्या व्यक्तीच्या खरेदीशी जोडलेल्या व्यक्तिमत्त्व आणि भावनिकरित्या आधारित वर्तनाचा संदर्भ देते

Mark only one oval.

- ☐ भौगोलिक शास्त्र
- ☐ लोकसंख्याशास्त्र
- ☐ मानसशास्त्र
- ☐ जीवनशैली

35. ३१. ग्राहक टिकाऊ आणि टाकाऊ वस्तू चे अनुसरण करतात.

Mark only one oval.

- ☐ स्टेडी पल्स
- ☐ सीजनल पल्स
- ☐ पेरीऑडिक पल्स
- ☐ स्टार्टअप पल्स

36. ३२. _____ एखाद्या विशिष्ट क्षेत्रातील ब्रँडची विक्री सामर्थ्य चे मूल्यमापन करते.

Mark only one oval.

- ☐ ब्रँड डेव्हलपमेंट इंडेक्स
- ☐ कॅटेगरी डेव्हलपमेंट इंडेक्स
- ☐ शेअर ऑफ माइंड
- ☐ शेअर ऑफ वॉइस

37. ३३. संभाव्य प्रदर्शनांची एकूण संख्या (कालावधी दरम्यान जाहिरात संदेश वापरल्या गेलेल्या संख्येनुसार प्रेक्षकांचा आकार) यावरून ठरवली जाते.

Mark only one oval.

- ☐ ग्रॉस इम्प्रेशन
- ☐ कॉस्ट पर थाऊझण्ड
- ☐ शेअर ऑफ माइंड
- ☐ शेअर ऑफ वॉइस

38. ३४. प्रत्येक मीडिया योजना ___ यापासून सुरू होते

Mark only one oval.

- ☐ माध्यमांची उद्दिष्टे स्थापित करणे
- ☐ माध्यम विश्लेषण
- ☐ माध्यम रणनीती / धोरण
- ☐ मूल्यांकन

39. ३५. CPT = Total Budget ÷

Mark only one oval.

- ☐ GRP
- ☐ GVT 000's
- ☐ Reach 000's
- ☐ TPC

40. ३६. _____ हा सेलिब्रिटी अॅन्डोर्समेंट मध्ये वापरण्यात येणार कायदा आहे?

Mark only one oval.

- ☐ आवडीचा कायदा
- ☐ वचनबद्धता आणि सुसंगतता कायदा
- ☐ प्राधिकरण कायदा
- ☐ सामाजिक पुरावा कायदा

41. ३७. _____ ही शोध परिणाम पृष्ठामध्ये उच्च स्थान मिळवून वेबसाइटवर वापरकर्त्यांची संख्या वाढविण्यासाठी वापरल्या जाणाऱ्या रणनीती, तंत्रे आणि युक्तीची एक पद्धत आहे.

Mark only one oval.

- ☐ सर्च इंजिन बाजार
- ☐ डिजिटल विपणन
- ☐ सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशन
- ☐ मार्केटची स्ट्रॅटेजिक सिलेक्शन

42. ३८. ग्रॉस रेटिंग पॉइंट = _____

Mark only one oval.

- ☐ पोहोच * वारंवारता
- ☐ पोहोच / वारंवारता
- ☐ सीपीआरपी * पोहोच
- ☐ वारंवारता / अंदाजपत्रक(बजेट)

43. ३९ . Average Frequency = ÷ Net Readership

Mark only one oval.

- ☐ TPC
- ☐ OTS
- ☐ AEC
- ☐ Budget

44. ४०. पुन्हा लक्ष्यीकरण वापरून _____ क्लिक आणि प्रदर्शन जाहिराती आपल्या मालकीच्या मीडिया साइटवर शोध पोहोचविण्याचा एक प्रभावी आणि अधिक थेट असा मार्ग आहे.

Mark only one oval.

- ☐ पे पर
☐ माध्यम
☐ थेट ग्राहकांकडे
☐ रिल टाइम

45. ४१. दर आठवड्याला पाच दिवसांनी सिंडिकेटेड प्रोग्रामचे शेड्यूलिंग केले जाते त्याला काय म्हणतात?

Mark only one oval.

- ☐ शेड्यूलिंग
☐ स्ट्रिपिंग
☐ कंट्रोलिंग
☐ डायव्हर्सिफाईंग

46. ४२. लक्षित ग्राहकांच्या मनातील माध्यमांच्या विश्वासाहतेचा संदर्भ खालीलप्रमाणे आहे.

Mark only one oval.

- ☐ कव्हेरेज
☐ ग्राहकांचा विश्वास
☐ किंमत
☐ पोहोच

47. ४३. _____ ग्राहक स्वतः ला प्रकाशक बनू शकतात आणि त्यांनी जे काही प्राप्त केले आहे ते त्यांच्या सोशल नेटवर्क्सवर शेअर करण्यासाठी निवडू शकता

Mark only one oval.

- ☐ Publish -subscribes
☐ instant sharing
☐ Multi - model viewing
☐ mobile invertising

48. ४४. OTS = × Insertions

Mark only one oval.

- ☐ Readership
☐ Localship
☐ Audience
☐ Exposure

49. ४५. पुढीलपैकी एक मासिकेची शक्ती नाही

Mark only one oval.

- ☐ शेल्फ लाइफ
☐ गुणवत्ता पुनरुत्पादन
☐ अंतर्निहित डिझाइन परिवर्तनशीलता
☐ अंतिम मुदत परिवर्तनशीलता

50. ४६. ग्राहक जागरूकतासाठी जेव्हा उच्च पातळीची जाहिरात केली जाते तेव्हा असे म्हटले जाते की उत्पादन आहे

Mark only one oval.

- ☐ विकास टप्पा
☐ सुरुवातीचा टप्पा
☐ मॅच्युरिटी स्टेज
☐ नकार टप्पा

51. ४७. कमी ग्राहकांचा विचार करता वैयक्तिक विक्री अधिक किफायतशीर असते तेव्हा उत्पादन त्यामध्ये असल्याचे समजते.

Mark only one oval.

- ☐ विकास टप्पा
☐ सुरुवातीचा टप्पा
☐ मॅच्युरिटी स्टेज
☐ नकार टप्पा

52. ४८. स्थानिक ते क्षेत्रीय, प्रादेशिक ते राष्ट्रीय आणि राष्ट्रीय ते आंतरराष्ट्रीय स्तरावरील व्यवसायाच्या वाढीस काय म्हणतात

Mark only one oval.

- ☐ मध्यस्थांना माहिती देणे
☐ बाजाराचा विस्तार
☐ ग्राहक संपादन
☐ लक्ष्य पूर्ण करणे

53. ४९. जर पोहच 30 आहे आणि वारंवारता 10 असेल तर GRP सांगा

Mark only one oval.

☐ 310

☐ 130

☐ 300

☐ 320

54. ५०. GVT stands for = Gross.....per thousand.

Mark only one oval.

☐ Visualization

☐ Viewership

☐ Viewpoint

☐ visual idea

This content is neither created nor endorsed by Google.

Forms