

[Time: 2 ½ Hours]

[Marks: 75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All questions are compulsory.
 2. Marks are indicated to the right of each question.
 3. Please give suitable examples wherever necessary.

Q.1 Case Study: Multimedia Campaign (15)

The modern young Indian girl is extremely determined and fiercely driven by her passions. She is unafraid of conforming to societal norms and bravely pursues her dreams without regard to traditional stereotypes. To help them explore and discover new opportunities BSA LB is set to launch their latest range of girls' cycles during the ongoing festive season. With their new range of vibrant contemporary cycles, they want to bring a new offering into the market that is as dynamic and energetic as the girls who ride them. They hope to empower the young girls of today and tomorrow and open a world of possibilities and the campaign will be an ode to their drive and courage.

1. Prepare a creative brief for making an impact on target audience. (5)
2. Suggest an appropriate message strategy. (2)
3. Create 2 press advertisements based on the creative brief. (4)
4. Prepare a storyboard for television commercials based on the creative brief. (4)

OR

Q.1 Case Study: Multimedia Campaign (15)

Ferns N Petals wishes to launch a campaign that puts old friends, renewing forgotten ties and appreciation at the forefront. On the occasion of Diwali, celebrating human relationships and how gifts can play a pivotal role to rekindle old friendship and other relationships that we might have missed connection of in our busy lives –

#DiwaliRishtonWali will be the main focus of the campaign.

1. Prepare a creative brief for making an impact on target audience. (5)
2. Suggest an appropriate message strategy. (2)
3. Create 2 press advertisements based on the creative brief. (4)
4. Prepare a storyboard for television commercials based on the creative brief (4)

Q.2 Attempt any one set questions:

- A) Define creativity. Discuss the five various stages of the creative process? (7)
- B) Create a radio spot for Kotak Mahindra's new credit card. (8)

OR

- C) Explain the importance of emotionality and storytelling to influence the audience (7)
- D) Write a direct mailer announcing Starbucks' new Christmas special menu. (8)

Q.3 **Attempt any one set questions:**

- A) How is Advertorial Copy different from Infomercial copy? (7)
- B) Give two examples each of demonstrative and comparative types of advertising and justify. (8)

OR

- C) Describe the various elements of print advertisement.
 - D) Prepare a poster for the brand Indigo announcing the airline's new festive fares offer. (7)
- (8)

Q.4 **Attempt any one set questions:**

- A) What is Trans creativity and discuss the importance and scope of use of Trans creativity in advertisement copy? (7)
- B) Write a press release on behalf of Loreal about a new line of natural beauty products (8)

OR

- C) Evaluate the copywriting style of any one advertising campaign of the best advertising agency for their clients. (15)

Q.5 Write short notes on **ANY THREE** of the following: (15)

- a. SMS copy for Makemytrip's festive fares offer
- b. Write a classified ad for vacancy for a copywriter at an ad agency.
- c. Transit ad vs. ambient ads
- d. Evaluate any ad with Rational Appeal
- e. Product Brief

[वेळ: २:३० तास]

[गुण: १००]

- सूचना: १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
२. प्रत्येक प्रश्नाच्या उजवीकडे गुण दिलेले आहेत.
३. कृपया आवश्यक तेथे योग्य उदाहरण द्या.

प्र.१

केस स्टडी: मल्टीमिडिया मोहीम:

१५

आधुनिक तरुण भारतीय मुलगी अत्यंत दृढनिश्चयी आणि तीव्रपणे तिच्या आवडीने प्रेरित आहे. ती सामाजिक नियमांचे पालन करण्यास घाबरत नाही आणि पारंपारिक रुढींची पर्वा न करता धैर्याने तिच्या स्वप्नांचा पाठपुरावा करते. नवीन संधी शोधण्यात त्यांना मदत करण्यासाठी BSA LB चालू सणासुदीच्या काळात मुलींच्या सायकलची त्यांची नवीनतम श्रेणी लॉन्च करण्यासाठी सज्ज आहे. त्यांच्या दोलायमान समकालीन सायकलच्या नवीन श्रेणीसह, त्यांना एक नवीन ऑफर बाजारात आणायची आहे जी त्यांना चालवणाऱ्या मुलींप्रमाणेच गतिशील आणि उत्साही आहे. ते आजच्या आणि उद्याच्या तरुण मुलींना सक्षम बनवतील आणि शक्यतांचे जग उघडतील अशी त्यांना आशा आहे आणि ही मोहीम त्यांच्या मोहिमेचे आणि धैर्याने प्रतिक्रिया असेल.

१. लक्षित प्रेक्षकांवर प्रभाव टाकण्यासाठी एक सर्जनशील संक्षिप्त तयार करा. (५)
२. योग्य संदेश धोरण सुचवा. (२)
३. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित २ प्रेस जाहिराती तयार करा. (४)
४. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित टेलीव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा. (४)

किंवा

प्र.१

केस स्टडी: मल्टीमिडिया मोहीम:

(१५)

फर्न्स एन पेटल्सला एक मोहीम सुरु करण्याची इच्छा आहे जी जुन्या मित्रांना, विसरलेल्या संबंधांचे नूतनीकरण आणि प्रशंसा आघाडीवर ठेवते. दिवाळीच्या निमित्ताने, मानवी नातेसंबंध साजरे करणे आणि भेटवस्तू मैत्री आणि इतर नातेसंबंधांना पुन्हा जागृत करण्यासाठी कशी महत्वाची भूमिका बजावू शकतात ज्यांचा संबंध आपण आपल्या व्यक्त जीवनात गमावला आहे- # DiwaliRishtonWali या मोहिमेचा मुख्य फोकस असेल.

१. लक्षित प्रेक्षकांवर प्रभाव टाकण्यासाठी एक सर्जनशील संक्षिप्त तयार करा. (५)
२. योग्य संदेश धोरण सुचवा. (२)
३. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित २ प्रेस जाहिराती तयार करा. (४)
४. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित टेलीव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा. (४)

- प्र.२ दोन्ही सेटमधून कोणताही एक सोडवण्याचा करा: (१५)
- अ. सर्जनशीलतेची व्याख्या करा. सर्जनशील प्रक्रियेच्या पाच विविध टप्प्यांची चर्चा करा? (७)
- ब. कोटक महिंद्राच्या नवीन क्रेडिट कार्डसाठी रेडीओ स्पॉट/ स्क्रिप्ट तयार करा. (८)
- किंवा
- क. प्रेक्षकांना प्रभावित करण्यासाठी भावनिकता आणि कथाकथनाचे महत्त्व समजावून सांगा. (७)
- ड. स्टारबक्सच्या नवीन ख्रिसमस विशेष मेनूची घोषणा करणारा डिरेक्ट मेलर लिहा. (८)
- प्र.३ दोन्ही सेटमधून कोणताही एक सेट सोडवण्याचा प्रयत्न करा: (१५)
- अ. जाहिरात कॉपी ही इन्फोमेशियल कॉपीपेक्षा वेगळी कशी आहे? (७)
- ब. प्रत्येक प्रात्यक्षिक आणि तुलनात्मक प्रकारच्या जाहिरातींची दोन उदाहरणे द्या आणि त्याचे समर्थन करा. (८)
- किंवा
- क. छापील जाहिरातीच्या विविध घटकांचे वर्णन करा. (७)
- ड. एअरलाइनच्या नवीन सणाच्या शुल्कात आकरण्यात आलेल्या ऑफरची घोषणा करणारे इंडिगो ब्रँडचे पोस्टर तयार करा. (८)
- प्र.४ दोन्ही सेटमधून कोणताही एक सेट सोडवण्याचा प्रयत्न करा: (१५)
- अ. ट्रान्स क्रिएटिव्हिटी म्हणजे काय आणि जाहिरात कॉपीमध्ये ट्रान्स क्रिएटिव्हिटीच्या वापराचे महत्त्व आणि व्याप्ती यावर चर्चा करा? (७)
- ब. Loreal च्या नवीन नैसर्गिक सौंदर्य उत्पादनासाठी प्रेस प्रकाशन (रिलीज) लिहा. (८)
- किंवा
- क. क्लायंटसाठी सर्वोत्कृष्ट जाहिरात एजन्सीच्या कोणत्याही एका जाहिरात मोहिमेच्या कॉपीरायटिंग शैलीचे मूल्यांकन करा. (१४)
- प्र.५ संक्षिप्त टिपा लिहा. (कोणत्याही ३) (१५)
- अ) 'मेक माय ट्रीप' च्या सणासुदीसाठी आकरण्यात आलेल्या शुल्कावरील ऑफरसाठी एसएमएस कॉपी लिहा.
- ब) जाहिरात एजन्सीमध्ये कॉपीरायटरच्या रिक्त जागेसाठी एक वर्गीकृत (क्लासिफाईड) जाहिरात लिहा.
- क) संक्रमण जाहिरात वि. सभोवतालच्या जाहिराती
- ड) तर्कशुद्ध (रॅशनल अपील) आवाहनासह कोणत्याही जाहिरातीचे मूल्यमापन करा.
- इ) उत्पादन ब्रीफ
