

(2½ Hours)

[Total Marks: 75]

N.B. 1. All Questions are compulsory.

1. CASE STUDY:

After a really long struggle, Spotify has managed to launch its services in India. Spotify is a Sweden-based music streaming platform which was originally launched in October 2008. It has been the top music service provider globally when it comes to subscriber base. In fact, as of March 2019, it had 207 million total monthly active users, including 96 million paying subscribers. Competing against existing services like Apple Music, Google Music and Amazon Music as well as domestic player like JioSaavn and Gaana. As for the content itself, there is a wide range of music including Bollywood, Punjabi, Tamil, Telugu, apart from a variety of international genres, podcasts, radio, and more.

15

Client Brief: The app is offered with multiple plans to suit various users' needs. Spotify in India is being offered as an ad-supported free tier, as well as premium tier options. The premium plans are ad-free and include a 30-day free trial. After the free trial ends, you need to pay Rs 119 per month to get full access to all the music and premium features. Spotify intends to launch as new campaign. The basic objective of the campaign is to attract new subscriber.

- a. Outline Communication Plan 5
- b. State the advertising objectives 4
- c. Create an advertising strategy using two IMC tools. 6

2. Answer the following:

- a. Explain the various Departments within an Advertising Agency 8
 - b. Explain the Gaps model of Service Quality 7
- OR**
- c. Discuss various types of Advertising Agencies 8
 - d. Discuss various factors affecting Client-Agency Relationship. What are the issues involved in the client-agency relationship 7

3. Answer the following:

- a. Explain how Advertising Agencies does pitching for gaining new clients? 8
 - b. What are the various functions of an Advertising Agencies 7
- OR**
- c. Explain various the various sources of Remunerations/ Income for the advertising Agency 8
 - d. The account planner is a consumer's representative. Discuss the statement. 7

4. Answer the following:

- a. Discuss five elements of MECCAS models suggested in creating Ads. 8
- b. Explain the importance of Marketing problem and Opportunities review in preparing Marketing plan. 7

OR

- c. What is a Business Plan? Explain the various Stages in preparing a Business plan for setting up a new advertising Agency. 8
- d. With the help of an example, explain how Marketing plan benefits. Discuss Segmentation, Targeting and Positioning. 7

5. Write short notes on any three of the following: 15

- a. Frequency and Loyalty program
- b. Trade oriented Sales promotion
- c. Consumer oriented sales promotion
- d. POP
- e. AIDA

मराठी भाषांतर

[वेळ: 2 ½ तास.]

[गुण: 75]

- सूचना: १. सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.
२. उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्रश्न १ केस स्टडी

बऱ्याच काळ संघर्ष केल्यानंतर, स्पोर्टिफीने भारतात आपली सेवा सुरू केली आहे. स्पोर्टिफा हा स्वीडन-आधारित संगीत स्ट्रीमिंग प्लॅटफॉर्म आहे जो मूलतः ऑक्टोबर २००८ मध्ये लॉन्च झाला होता. लाखो ग्राहकांच्या जोरावर हा जगभरातील शीर्ष संगीत सेवा प्रदाता आहे. खरं तर, मार्च २०१९ पर्यंत, एकूण २०७ दशलक्ष उपभोक्ते सक्रिय होते त्यातील ९६ दशलक्ष ग्राहक वर्गणीदार होते. ऍपल संगीत, Google संगीत आणि अमेझॉन संगीत तसेच जियोसावन आणि गाना या सारख्या स्थानिक कंपन्यांच्या विद्यमान सेवांशी त्यांची स्पर्धा आहे. आशयाचा विचार केला असता त्यांच्याकडे बॉलिवूड, पंजाबी, तमिळ, तेलगू वगैरे विविध संगीत उपलब्ध आहे शिवाय आंतरराष्ट्रीय शैली, पॉडकास्ट, रेडिओ वगैरे वगैरे विविध प्रकारचे संगीत आहे.

कलायंट ब्रीफ : विविध वापरकर्त्यांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी स्पोर्टिफी ऍप एकापेक्षा अधिक योजनांसह ऑफर केला जातो. भारतातील Spotify ला जाहिरात-समर्थित मुक्त श्रेणी तसेच प्रीमियम श्रेणी असे दोन पर्याय ऑफर केले जात आहे. प्रीमियम योजना या जाहिरात-मुक्त आहेत आणि यात ३०-दिवसांची विनामूल्य चाचणी समाविष्ट आहे. विनामूल्य चाचणी संपल्यानंतर, आपल्याला सर्व संगीत आणि प्रीमियम वैशिष्ट्यांसाठी ११९ रुपये प्रति महिना भरावा लागतो. नवीन ग्राहकांना आकर्षित करणे हा या मोहिमेचा मूळ हेतू आहे.

अ. संवाद योजनेची रुपरेषा लिहा

ब. जाहिरातीची उद्दिष्टे स्पष्ट करा

क. कोणत्याही दोन एकत्रित विपणन संवाद साधनाच्या सहाय्याने जाहिरात रणनिती तयार करा

प्रश्न २ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ जाहिरात संस्थेतील विविध विभाग कोणते ते स्पष्ट करा.

ब सेवा गुणवत्तेचे गॅप प्रतिमान स्पष्ट करा
किंवा

क जाहिरात संस्थांचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.

ड ग्राहक-जाहिरात संस्था नातेसंबंधावर परिणाम करणारे घटक कोणते? ग्राहक-जाहिरात संस्था नातेसंबंधात कोणते मुद्दे समाविष्ट असतात ?

प्रश्न 3 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ नवीन क्लायंट मिळविण्याकरिता जाहिरात एजन्सी कसे पिचिंग करतात ते स्पष्ट करा

ब जाहिरात संस्थेची विविध कार्ये कोणती ?

किंवा

क जाहिरात संस्थेचे उत्पन्नाचे विविध स्रोत कोणते ?

ड अकाउंट प्लॅनर हा ग्राहकांचा प्रतीनिधी असतो. स्पष्ट करा.

प्रश्न 4 खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ जाहिरात तयार करण्याकरिता MECCA च्या पाच घटकांचे स्पष्टीकरण द्या.

ब मार्केटिंग योजना तयार करताना मार्केटिंग समस्या आणि त्यातील संधींचे महत्त्व समजावून सांगा
किंवा

क व्यवसाय योजना म्हणजे काय? नवीन जाहिरात एजन्सी स्थापन करण्यासाठी व्यवसाय योजना तयार करण्याचे विविध टप्पे सांगा.

ड विपणन योजनेचे फायदे कसे आहेत याचे उदाहरण देऊन सेगमेंटेशन, टारगेटींग आणि पोजिशनिंगवर चर्चा करा.

प्रश्न 5 खालीलपैकी कोणत्याही तीन टिपा लिहा

अ Frequency आणि Loyalty program

ब व्यापारावर आधारित विक्री प्रमोशन

क उपभोक्तांवर आधारित विक्री प्रमोशन

ड POP

इ AIDA