

TYBMM_SEM V_ REG./ATKT_NOV- DEC 2020_ COPY WRITING (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. Students Exam Seat Number *

3. Students Full Name (Surname First) *

4. Student Id *

5. 1..... हा विक्रेता आहे जो सर्जनशीलतेने शब्दांसह खेळतो आणि कलात्मकतेने उत्पादकांची विक्री करतो.

Mark only one oval.

- कॉपीराइटर
 लेखापाल
 कला दिग्दर्शक
 संशोधक

6. 2. चांगले कॉपीराइटर्स आपणकाय आनंद घ्याल यावर नेहमी लक्ष केंद्रित करतात.

Mark only one oval.

- ग्राहक म्हणून
 विक्रेता म्हणून
 प्रचारक म्हणून
 एक गुंतवणूकदार म्हणून

7. 3.कॉपीरायटींगचे एक तत्व _____

Mark only one oval.

- संशोधन माहित असावे
 हेडलाईन्सकडे विशेष लक्ष देणे
 कॉपी लांब असावी
 खूप सावध आणि हुशार असणे

8. 4. कॉपीराइटरची वैशिष्ट्ये _____

Mark only one oval.

- सर्जनशील, हुशार आणि स्टाईलिश
- सर्जनशील, हुशार, जन्मजात आणि चांगला संप्रेषक
- हुशार, कार्यक्षम आणि सर्जनशील
- लक्ष देणारा, कार्यक्षम आणि क्रिएटिव्ह

9. 5. _____ हे मानसिक शॉर्टकट म्हणून ओळखले जाते, जे निर्णय घेण्यामुळे संज्ञानात्मक भार कमी करते.

Mark only one oval.

- ह्युरिस्टिक
- चित्र सूचना
- क्रिएटिव्ह एरोबिक्स
- कल्पना

10. 6. डाव्या- मेंदूची विचारसरणी म्हणून ओळखले जाणारे लोक _____

Mark only one oval.

- त्यांना असे ठाऊक आहे की त्यांच्याकडे गणित आणि तर्कशास्त्र कौशल्य आहे.
- असे दिसते की त्यांच्यातील कलागुण हे अधिक सर्जनशील आहेत.
- ते ब्रेनर नाहीत
- त्यांच्याकडे कमी बुद्ध्यांक आहे

11. 7.मेंदूचा _____ हा एक भाग आहे जो तर्कशास्त्र आणि युक्तिवादासाठी जबाबदार आहे.

Mark only one oval.

- उजवी बाजू
 डावी बाजू
 अचेतन
 चेतन

12. 8.आपले मन हे आहे की आपण कोण आहात याच्याशी लोक संबंधित आहेत, कारण बहुतेक लोक येथेच दररोज जगतात.

Mark only one oval.

- अचेतन मन
 चेतन मन
 अवचेतन मन
 उपस्थित वेळ

13. 9..... ही अशी प्रक्रिया आहे जिथे क्रिएटिव्ह प्रक्रिया मॉडेलमधील कल्पना किंवा समाधान आहे,जेव्हा एखादी व्यक्ती विचारांना अंतिम उत्पादनात रूपांतरित करण्याची प्रक्रिया सुरू करते.

Mark only one oval.

- इल्युमिनेशन
 इनक्युबेशन
 ईव्हॅल्यूएशन
 ईम्प्लिमेंटेशन

14. 10. सर्जनशील विचार विकसित केले होते _____

Mark only one oval.

- जॉन क्लीझ
- अल्बर्ट आइंस्टाईन
- जोनाथन गॅबे
- एडवर्ड डी बोनो

15. 11. अवचेतन बाबींमध्ये यांपैकी कोणत्या गोष्टीचा समावेश होत नाही.

Mark only one oval.

- क्रिया
- स्वयंचलित कौशल्ये
- इच्छा
- लपविलेल्या गोष्टी

16. 12. अचेतन समज धारणा ही एक विशिष्ट गोष्ट आहे जी...मनाने करते.

Mark only one oval.

- अचेतन
- दोन्ही चेतन आणि अचेतन
- अवचेतन
- काल्पनिक

17. 13."द वर्ल्ड्स फेव्हरेट एअरलाईन", हे कोणाचे घोषवाक्य आहे.

Mark only one oval.

- एअर इंडिया
 एमिरेट्स एअरवेज
 ब्रिटिश एअरवेज
 इंडिगो एअरवेज

18. 14. 'यूएसपी' (USP) म्हणजे..

Mark only one oval.

- युनिक सेलिंग प्रोपोजिशन
 युनिक सेलिंग प्रीपोजिशन
 युनिक सेलिंग पोजिशन
 युनिक सेलिंग पोर्शन

19. 15. उत्पादनांच्या विक्रीसाठी वापरली जाणारी सर्जनशील रणनीतीच्या माध्यमातून ब्रँडसाठी मजबूत, संस्मरणीय ओळख विकसित करण्यावर आधारित आहे.

Mark only one oval.

- प्रतिमा जाहिरात
 यूएसपी
 मोठी कल्पना
 ब्रँड ओळख

20. 16. _____ ही नवीन कल्पना निर्माण करणे, विकसित करणे आणि संप्रेषण करण्याची रचनात्मक प्रक्रिया आहे, ज्या एखाद्या दृश्यास्पद, ठोस किंवा अमूर्त असू शकतात.

Mark only one oval.

- इनक्युबेशन
 आयडीएशन
 ईव्हॅल्यूएशन
 ईल्युमिनेशन

21. 17. स्कॅम्पर (SCAMPER) या शब्दामध्ये एस (s) अक्षर खालीलपैकी कोणते योग्य अक्षर दर्शविते.

Mark only one oval.

- सजेशन
 सबस्टिट्यूट
 सिलेक्शन
 सर्च

22. 18. संदेश आपला हेतू, शैली, टोन आणि संदर्भ राखत असताना एका भाषेमधून दुसऱ्या भाषेत रूपांतर करण्याची प्रक्रिया असे म्हटले जाते:

Mark only one oval.

- ट्रान्सलेशन
 ट्रान्सक्रीएटीव्हिटी
 ट्रान्सफरल
 ट्रान्सफिगरेशन

23. 19. सर्जनशील विचार तंत्रज्ञान जे आपल्या स्वप्नांचा वापर सर्जनशील यशांसह करते.

Mark only one oval.

- स्कॅम्पर
- ड्रीम्स
- ब्रेनस्ट्रॉमिंग
- ट्रान्सलेशन

24. 20.....हे एक तंत्र आहे जे कल्पना निर्मितीसाठी वापरले जाते.

Mark only one oval.

- ट्रिगर्ड ब्रेनवॉकिंग
- ग्रुप डिस्कशन
- डिबेट
- ईल्युमिनेशन

25. 21.अनुवादित करण्यात अयशस्वी ठरलेली विपणन मोहीम...

Mark only one oval.

- टोयोटा
- पेप्सी
- झारा
- ऑडी

26. 22. ट्रान्सक्रियेशनमधील सामान्य चूकांपैकी एक म्हणजे..

Mark only one oval.

- महत्त्वाच्या सांस्कृतिक भिन्नतेबद्दल स्थानिक बाजारपेठेचे ज्ञान नसणे.
- कॉपीराइट करण्याचे विस्तृत कौशल्य आहे.
- लक्ष्य बाजाराचे ज्ञान आणि समज असणे.
- मजकूर तज्ञ.

27. 23. 'ब्रिफ' (लॅटिन भाषेतील ब्रेविस) या शब्दाचा अर्थ काय?

Mark only one oval.

- लांब
- खूप लांब
- लहान
- छान

28. 24. यांपैकी कोणता घटक 'मार्केटिंग ब्रिफ'शी संबंधित नाही.

Mark only one oval.

- बजेट
- क्रिएटिव्ह स्ट्रॅटेजी स्टेटमेंट
- कंज्युमर इनसाईड
- टोन ऑफ वॉईस

29. 25..... ची तयारी करणे हि कंपनीच्या नवीन प्रोडक्टची डिझायनिंग, डेव्हलपिंग आणि इंटरड्यूसिंग करून विक्री करणारी पहिली प्रक्रिया आहे.

Mark only one oval.

- ब्रिफ
 ऍडव्हरटायजिंग
 बजेट
 टीम

30. 26. ज्या कालावधीत व्यावसायिक चित्रीकरण किंवा व्हिडिओटेप आणि रेकॉर्ड केले जाते त्या कालावधीस म्हणतात....

Mark only one oval.

- प्रोडक्शन
 कन्स्ट्रक्शन
 प्रिपेरेशन
 प्लानिंग

31. 27. मसुदा लेखनाचे कॅन (CAN) घटक कोणते?

Mark only one oval.

- कंट्रोल, ऍक्शन, नरेशन
 कनेक्टेडनेस, अप्रोप्रियेटनेस आणि नोवेल्टी
 कन्सेप्ट, ऍडॉप्ट, नरेट
 क्रियेट, ऍडॉप्ट, नरेट

32. 28.....हे सर्जनशील रणनीति विकासाच्या विकासासाठी महत्वाचे आहे.

Mark only one oval.

- क्रेडीबिलिटी
- नोवेल्टी
- कनेक्टेडनेस
- अप्रोप्रियेटनेस

33. 29. रेडिओ जाहिरातींसाठीची प्रत श्रोतांच्या ला मदत करत असते.

Mark only one oval.

- फॅशनची समज
- व्हिज्युअलायझेशन
- कंटाळवणेपणा
- मूड

34. 30. इंटरनेटसाठी प्रत लिहिताना अशी लिहा.

Mark only one oval.

- क्रिएटिव्ह
- किवर्ड रिच
- लाँग
- वेरी लाँग

35. 31. शीर्षकाचे मुख्य कार्य असे:.....

Mark only one oval.

- त्वरित लक्ष मिळवा.
- ब्रँडबद्दल बोला
- गुण समजावून सांगणे
- कथा सांगणे

36. 32. 'बॉडी कॉपी' मध्ये याचा समावेश दिसून येतो....

Mark only one oval.

- पटवून देणारा संदेश
- जाहिरात
- लोगो
- टॅगलाईन

37. 33. "हर घर कुछ कहता है", हे कशाचे घोषवाक्य आहे.

Mark only one oval.

- एशियन पेंट्स
- पेप्सी
- टाटा स्काय
- रिलायन्स

38. 34. आपल्या उत्पादन किंवा सेवेबद्दल इतरांना काय म्हणायचे आहे हे लोकांना ऐकावेसे वाटते, त्याला काय म्हणतात:

Mark only one oval.

- स्लाईस ऑफ लाईफ
 लॉजिकल कॉपी
 रिझन कॉपी
 टेस्टीमोनियल्स

39. 35. "ओपन हॅपिनेस" हे कशाचे घोषवाक्य आहे:

Mark only one oval.

- कोका- कोला
 पेप्सी
 लिम्का
 माऊंटेन ड्यु

40. 36.हे कृती पूर्ण करणारे लहान घटक आहेत.

Mark only one oval.

- रील
 सिक्वेन्स
 सीन
 शॉट्स

41. 37. वयोगट ८ ते १२ यातील व्यक्ती काय म्हणून ओळखल्या जातात.

Mark only one oval.

- टीन्स
 ट्वीन्स
 किड्स
 यंग अडल्ट्स

42. 38. मुलांनी त्यांच्या पालकांना खरेदी न करण्याची वस्तू खरेदी करण्यास भाग पाडण्याची त्यांची क्षमता खालीलप्रमाणे आहे:

Mark only one oval.

- इन्फ्लुएन्स
 इमोशनल पावर
 लव
 पेस्टर पावर

43. 39. "लेखी संभाषण"....

Mark only one oval.

- रेडिओ कॉपी
 टेलिव्हिजन कॉपी
 डायरेक्ट मेलर
 पोस्टर कॉपी

44. 40.आवाजाची पट्टी दोन्ही प्रतीकं आणि अभिव्यक्ती हे..

Mark only one oval.

- ब्रँड व्यक्तिमत्त्व आणि मूल्य
- आवडती अभिव्यक्ती, मतभेद
- भाषा
- संस्कृती

45. 41. प्रौढांच्या तुलनेत _____ उत्पादन माहितीवर प्रक्रिया करण्यास कमी सक्षम आहेत.

Mark only one oval.

- प्रक्रिया करण्यास कमी सक्षम आहेत.
- स्त्रीया
- एक्झिक्युटिव्ह
- मुले
- तरुण

46. 42. स्टोरीबोर्ड म्हणजे ...

Mark only one oval.

- जाहिरातीची सविस्तर संहिता
- जाहिरातीतील व्हिज्युअल्सचा योग्य क्रम
- कथेची रूपरेषा
- संहितेचा फलक

47. 43. सर्वसाधारण लोकांऐवजी अन्य व्यवसायासाठी निर्देशित केलेली जाहिरात कोणत्या श्रेणीत येते?

Mark only one oval.

- B2B जाहिरात
- B2C जाहिरात
- C2C जाहिरात
- C2A जाहिरात

48. 44. _____ हे एक उद्दीष्ट अभिप्राय संपादकीय स्वरूपात लिहिलेली एक जाहिरात आहे आणि ती स्वतंत्र वृत्त कथेसारखी सादर केली गेली आहे.

Mark only one oval.

- फिचर
- ऍडव्हर्टोरियल
- पब्लिक सर्व्हिस ऍड
- इन्फोमर्सियल

49. 45.हे अधिक चौकशी आकर्षित करण्यास आणि प्रसिद्धी मिळविण्यास सक्षम असावे.

Mark only one oval.

- मार्केटिंग
- सेलिंग
- ऍडव्हर्टायजिंग
- प्रेस रिलीज

50. 46. ...हे जाहिरात आणि संपादकीय यांचे संयोजन आहे.

Mark only one oval.

- प्रिंट ऍड
- बी2बी
- ऍडव्हरटोरियल
- इन्फोमर्सियल

51. 47.अपील म्हणजे खरेदी करण्याच्या साधक आणि बाधकांच्या काळजीपूर्वक विश्लेषणाने आधी केलेले नाही.

Mark only one oval.

- इमोशनल
- रॅशनल
- ह्युमर
- इरेशनल

52. 48. खरेदी घटक म्हणून कमी किंमत _____ अपील अंतर्गत येते.

Mark only one oval.

- रॅशनल
- इमोशनल
- ह्युमर
- फियर

53. 49. ----- हे संभाव्य देणगीदारांना एका कारणावर विश्वास ठेवण्यास प्रेरणा देण्यासारखे आहे.

Mark only one oval.

- पर्सनेलिटी सिम्बॉल
- रिजन व्हाय
- सायंटिफिक फंड
- रायजिंग कॉपी

54. 50. एक जाहिरात संदेश सहसा यावर केंद्रित असतो ...

Mark only one oval.

- जाहिरातीतील मॉडेल
- प्रतिस्पर्धीपेक्षा उत्पादनाचे फायदे
- उत्पादनाची उपलब्धता
- खरेदीदारास महत्त्वपूर्ण असलेल्या उत्पादनाचे मुख्य फायदे

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms