

[Time: 3.00 Hrs]**[Marks:100]**

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All question are compulsory.
 2. Figures to the right indicate full marks.
 3. Students answering in the regional language should refer in case of doubt to the main text of the paper in English.

Q.1 Multiple Choice Questions:

(A) Fill in the blanks choosing the correction option (Answer **Any 10** Questions):

(10)

1) _____ means offering monetary support in return for agreed benefits.

- (a) Publicity
- (b) Sponsorship
- (c) Advertising
- (d) Direct marketing

2) _____ department in an advertising agency co-ordinates the advertising production process.

- (a) Media
- (b) Traffic
- (c) Client Service
- (d) Accounts

3) Point of Purchase advertising helps in simulating _____ purchase.

- (a) Impulse
- (b) Planned
- (c) Budgeted

(d) Local

4) _____ agency provides all advertising services under one roof.

(a) Creative boutique

(b) Full-service

(c) In-house

(d) Specialist

5) The Indian advertising industry is regulated and controlled by _____.

(a) SEBI

(b) ASCI

(c) DAVP

(d) DAGMAR

6) Corporate Image Advertising is also known as _____ advertising.

(a) Product

(b) Primary

(c) Institutional

(d) Social

7) The majority of the representatives on the board of directors of the Audit Bureau of Circulation consists of _____.

(a) Advertisers

(b) Advertising Agencies

(c) Publishers

(d) Media Owners

8) _____ attempts to find out the most suitable medium or media mix that would be effective in communicating the advertising messages.

- (a) Media Planning
- (b) Media Buying
- (c) Media Research
- (d) Advertising

9) Under _____ method, whatever funds are available with the company are spent on advertising.

- (a) All you can afford
- (b) Arbitrary
- (c) Task
- (d) Go for broke

10) In the _____ method of advertising budget, the advertiser considers a certain percentage of sales as the amount to be spent on advertising.

- (a) Share of Profits
- (b) Share of Market Method
- (c) Percentage of Sales Method
- (d) Unit of Sales Method

11) _____ is an art of using words in a persuasive manner which motivates the readers/audiences to take productive action.

- (a) Copywriting
- (b) Jingle
- (c) Storyboard

(d) Layout

12) _____ may be defined as the format in which the various elements of the advertisement are combined.

(a) Execution styles

(b) Jingles

(c) Illustration

(d) Layout

(B) State whether TRUE or FALSE (Answer **Any 10** Questions):

(10)

- 1) Mobile advertising a subset of mobile marketing.
- 2) Out of home media is the oldest media of communication.
- 3) It is mandatory to get circulation figures certified by ABC.
- 4) Divergent thinking is helpful for visualization.
- 5) Story board are useful for creating an advertisement on YouTube.
- 6) DAGMAR model regulates advertising.
- 7) Rational appeals are related to an individual's psychological needs for purchasing certain products.
- 8) Copy writer refers to a person who recommends a product in the advertisement.
- 9) Theater type testing is an example of pre-testing technique of advertising effectiveness.
- 10) Institutional copy highlights the products manufactured by the company.
- 11) Recall test is a pre-testing method of testing advertising effectiveness.
- 12) Pre-testing helps in finding out any grammatical and conceptual error in advertising copy.

- Q.2** Answer **Any Two** of the following questions: **(15)**
- A) What are the advantages and disadvantages of TV advertising?
 - B) Explain different forms of internet advertising.
 - C) Explain media research and its importance.
- Q.3** Answer **Any Two** of the following questions: **(15)**
- A) Write a note on media objectives – Reach, Frequency and GRP.
 - B) Describe the methods of setting/ preparing an ad budget.
 - C) Discuss media scheduling strategies in detail.
- Q.4** Answer **Any Two** of the following questions: **(15)**
- A) Write a note on Creative Brief. Explain the need/importance of Creative Brief in advertising.
 - B) What are the different types of appeal in advertisement?
 - C) What are the advantages and disadvantages of Celebrity Endorsement?
- Q.5** Answer **Any Two** of the following questions: **(15)**
- A) Explain the term ad copy. What are the essentials of ad copy?
 - B) What are the principles of layout in advertising? Also, state the different stages of layout.
 - C) Explain different post-testing methods of evaluation of advertising.
- Q.6** Write short notes on **Any Four** of the following: **(20)**
- A) Advertising objectives
 - B) Out-of-home advertising
 - C) AUDIT BUREAU OF CIRCULATION (ABC)
 - D) IMPORTANCE OF ILLUSTRATIONS
 - E) Media Planning
 - F) Selling Points

[वेळ: ३ तास]

[गुण: १००]

कृपया तुम्हाला योग्य प्रश्नपत्रिका मिळाली आहे का ते तपासा.

सूचना: १ सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२ उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.

३. प्रादेशिक भाषेत उत्तर देणाऱ्या विद्यार्थ्यांनी शंका असल्यास पेपरच्या मुख्य मजकुराचा इंग्रजीमध्ये संदर्भ द्यावा.

प्र. १

एकाधिक निवड प्रश्न:

(अ) योग्य पर्याय निवडून रिक्त जागा भरा (कोणत्याही १० प्रश्नांची उत्तरे द्या):

१०

१) _____ म्हणजे मान्य केलेल्या फायद्यांच्या बदल्यात आर्थिक मदत देणे.

(a) प्रसिद्धी

(b) प्रायोजकत्व

(c) जाहिरात

(d) थेट विपणन

२) जाहिरात एजन्सीमधील _____ विभाग जाहिरात उत्पादन प्रक्रियेचे समन्वय साधतो.

(a) माध्यम

(b) वाहतूक

(c) ग्राहक सेवा

(d) खाते विभाग

३) पॉइंट ऑफ पर्चेस जाहिरात _____ खरेदीचे अनुकरण करण्यास मदत करते.

(a) आवेग

(b) नियोजित

(c) अर्थसंकल्पित

(d) स्थानिक

४) _____ एजन्सी एकाच छताखाली सर्व जाहिरात सेवा पुरवते.

(a) क्रिएटिव्ह बुटीक

(b) पूर्ण-सेवा

(c) आंतील

(d) विशेषज्ञ

५) भारतीय जाहिरात उद्योग _____ द्वारे नियंत्रित आणि नियंत्रित केला जातो.

(a) SEBI

(b) ASCI

(c) DAVP

(d) DAGMAR

६) कॉर्पोरेट प्रतिमा जाहिरात _____ जाहिरात म्हणून देखील ओळखली जाते.

(a) उत्पादन

(b) प्राथमिक

(c) संस्थात्मक

(d) सामाजिक

७) ऑडिट ब्युरो ऑफ सर्कुलेशनच्या संचालक मंडळावरील बहुसंख्य प्रतिनिधींमध्ये _____ असतात.

(a) जाहिरातदार

(b) जाहिरात एजन्सी

(c) प्रकाशक

(d) मीडिया मालक

८) _____ सर्वात योग्य माध्यम किंवा मीडिया मिश्रण शोधण्याचा प्रयत्न करतो जे जाहिरात संदेश संप्रेषण करण्यासाठी प्रभावी ठरेल.

(a) माध्यम नियोजन

(b) मीडिया खरेदी

(c) माध्यम संशोधन

(d) जाहिरात

९) _____ पद्धती अंतर्गत, कंपनीकडे जो काही निधी उपलब्ध आहे तो जाहिरातींवर खर्च केला जातो.

(a) तुम्हाला परवडणारे सर्व

(b) मनमानी

(c) कार्य (Task)

(d) तोडण्यासाठी पाठविले

१०) जाहिरात बजेटच्या _____ पद्धतीमध्ये, जाहिरातदार जाहिरातींवर खर्च करण्यात येणारी रक्कम म्हणून विक्रीची काही टक्केवारी मानतो.

(a) नफ्याचा वाटा

(b) बाजार पद्धतीचा हिस्सा

(c) विक्री पद्धतीची टक्केवारी

(d) विक्री पद्धतीचे एकक

११) _____ ही प्रेरक पद्धतीने शब्द वापरण्याची कला आहे जी वाचकांना/प्रेक्षकांना उत्पादक कृती करण्यास प्रवृत्त करते.

(a) कॉपीरायटिंग

(b) जिंगल

(c) स्टोरीबोर्ड

(d) मांडणी (Layout)

१२) _____ हे स्वरूप म्हणून परिभाषित केले जाऊ शकते ज्यामध्ये जाहिरातीचे विविध घटक एकत्र केले जातात.

(a) अंमलबजावणी शैली

(b) जिगल्स

(c) चित्रण

(d) मांडणी

(ब) चूक कि बरोबर ते सांगा (कोणत्याही १० प्रश्नांची उत्तरे द्या):

१०

१) मोबाइल जाहिरात मोबाइल मार्केटिंगचा एक उपसंच आहे

२) घराबाहेरील माध्यम हे संवादाचे सर्वात जुने माध्यम आहे.

३) ABC द्वारे प्रमाणित परिसंचरण आकडे मिळणे बंधनकारक आहे.

४) भिन्न विचार व्हिज्युअलायझेशनसाठी उपयुक्त आहेत.

५) YouTube वर जाहिरात तयार करण्यासाठी स्टोरी बोर्ड उपयुक्त आहेत.

६) DAGMAR मॉडेल जाहिरातीचे नियमन करते.

७) तर्कशुद्ध अपील विशिष्ट उत्पादने खरेदी करण्यासाठी व्यक्तीच्या मानसिक गरजांशी संबंधित असतात.

८) कॉपी रायटर म्हणजे जाहिरातीत उत्पादनाची शिफारस करणारी व्यक्ती होय.

९) थिएटर प्रकार चाचणी हे जाहिरात परिणामकारकतेच्या पूर्व-चाचणी तंत्राचे उदाहरण आहे.

१०) संस्थात्मक प्रत कंपनीने उत्पादित केलेल्या उत्पादनांना हायलाइट करते.

११) रिकॉल टेस्ट ही जाहिरात परिणामकारकता तपासण्याची पूर्व-चाचणी पद्धत आहे.

१२) पूर्व-चाचणी जाहिरातीच्या प्रतीमध्ये व्याकरण आणि संकल्पनात्मक त्रुटी शोधण्यात मदत करते.

- प्र. २ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या: १५
- अ) टीव्ही जाहिरातींचे फायदे आणि तोटे काय आहेत?
- ब) इंटरनेट जाहिरातीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.
- क) माध्यम संशोधन आणि त्याचे महत्त्व स्पष्ट करा.
- प्र. ३ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या: १५
- अ) मीडिया उद्दिष्टांवर एक टीप लिहा – पोहोच, वारंवारता आणि GRP.
- ब) जाहिरात बजेट तयार करण्याच्या पद्धतींचे वर्णन करा.
- क) मीडिया शेड्युलिंग व्यूहरचनांची तपशीलवार चर्चा करा.
- प्र. ४ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या: १५
- अ) क्रिएटिव्ह ब्रीफवर टीप लिहा. जाहिरातींमध्ये क्रिएटिव्ह ब्रीफची गरज/महत्त्व स्पष्ट करा.
- ब) जाहिरातीतील अपीलचे विविध प्रकार कोणते आहेत?
- क) सेलिब्रिटी एंडोर्समेंटचे फायदे आणि तोटे काय आहेत?
- प्र. ५ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या: १५

- अ) जाहिरात सहिता या शब्दाचे स्पष्टीकरण करा. जाहिरात सहितासाठी आवश्यक गोष्टी काय आहेत?
- ब) जाहिरातींमध्ये मांडणीची तत्त्वे कोणती आहेत? तसेच, मांडणीचे वेगवेगळे टप्पे सांगा.
- क) जाहिरातींच्या मूल्यमापनाच्या विविध चाचणी-पश्चात पद्धती स्पष्ट करा.

प्र. ६

खालीलपैकी कोणत्याही चारवर टीप लिहा:

२०

- अ) जाहिरात उद्दिष्टे
- ब) बाह्य जाहिरात
- क) ऑडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन (ABC)
- ड) चित्रांचे महत्त्व
- इ) माध्यम नियोजन
- फ) विक्री मुद्दे