

## Advertising-I

[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 A. Select most appropriate answer from the options given below. ( Any 10) 10

- 1) Advertising is an element of-----  
a) Promotion mix ,b) place mix, c) product mix, d) price mix
- 2.----- is the oldest form of advertising agency  
a) Mega agency, b) space broker ,c) Creative boutique , d) Master agency
- 3)----- department in ad agency coordinates with advertisers  
a) media , b) client service , c) traffic , d) Marketing
- 4) Swacch Bharat advertising is called ----- advertising  
a) Pro Bono, b) political, c) Religious, d) Institutional
- 5) Deceptive statistics is a form of ----- advertising  
a) Unethical, b) ethical , c) Social , d) political
- 6)-----agency provides services on a piece of meal basis  
a) In-house , b) modular, c) mega, d) national
- 7) -----advertising is not deceptive  
a) Pro-Bono , b)institutional, c) surrogate, d) political
- 8)-----advertising helped Maggi to regain its market share after the crisis  
a) Green , b) advocacy ,c) political, d ) Institutional
- 9)False statistics is a form of -----advertising

a) unethical , b) ethical , c) social , d) political

10) -----Advertising promotes eco-friendly product

a) Green , b) generic, c) friendly, d) national

11)----is also called as corporate image advertising

a) Institutional ad, b) political ad , c) social ad , d) green

12 Advertising helps the product to increase the value by creating -----

a) Brand , b) confusion, c) competition, d) monopoly

B. State Whether the following statements are true OR false : (Any 10) 10 Marks

1. Advertising does not require creativity
2. Radio is no longer a useful medium for advertising
3. Professional advertising is directed towards the consumer buyers
4. Regional ad agencies have presence in all the countries
5. All the advertising agencies provide inadequate services to its clients
6. Advertising promotes monopoly
7. All advertisers adopt exaggerated claims in their advertisements
8. Advertising has nothing to do with branding of the product in the market
9. Advertising has a direct effect on distribution cost
10. Brand crisis and profitability of the company are completely two different issues.
11. Brand extension means starting a new line of product
12. Primary advertising and Generic advertising are one and same .

Q.2 Answer ANY TWO of the following: 15

1. Explain the advantages of advertising to society
2. Explain the elements of Integrated Marketing Communication.
3. Explain the classification of advertising on the basis of functions and media .

Q.3 Answer ANY TWO of the following: 15

1. Discuss the features of advertising agency
2. Explain in detail the factors to be considered while selecting ad agency.
3. What are the different ways of maintaining agency- client relationship?

Q.4 Answer ANY TWO of the following: 15

- 1.Explain the effects of advertising on consumer price .
2. Discuss the positive effects of advertising on Indian values and culture.
3. Discuss the importance of truth in advertising .

Q.5 Answer ANY TWO of the following: 15

- 1.Describe the role of Advertising in building brand image.
- 2.Discuss the different aspects of rural advertising
- 3.Explain briefly the importance of corporate image advertising

Q.6 Write short notes on ANY FOUR of the following: 20

- 1) Unethical practices in advertising
- 2) Agency compensation
- 3) Features of green advertising
- 4) AIDA
- 5) Digital advertising
- 6) Brand Equity

[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.

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

प्र.1 अ. खाली दिलेल्या पर्यायांमधून सर्वात योग्य उत्तर निवडा. (कोणतेही 10) 10 गुण

1. जाहिरात हा-----चा एक घटक आहे.

अ) प्रमोशन मिक्स ,ब) प्लेस मिक्स, क) प्रोडक्ट मिक्स, ड) किंमत मिक्स

2.----- जाहिरात एजन्सीचा सर्वात जुना प्रकार आहे

अ) मेगा एजन्सी, ब) स्पेस ब्रोकर, क) क्रिएटिव्ह बुटीक, ड) मास्टर एजन्सी

3. जाहिरात एजन्सीमधील -----विभाग जाहिरातदारांशी समन्वय साधतो

अ) मीडिया, ब) क्लायंट सेवा, क) ट्रॉफिक, ड) मार्केटिंग

4. स्वच्छ भारत जाहिरातीला ----- जाहिरात म्हणतात

अ) प्रो बोनो, ब) राजकीय, क) धार्मिक, ड) संस्थात्मक

5. भ्रामक आकडेवारी हा ----- जाहिरातीचा एक प्रकार आहे

अ) अनैतिक, ब) नैतिक, क) सामाजिक, ड) राजकीय

6.----- एजन्सी तुकड्या तुकड्याने सेवा पुरवते

अ) इन-हाउस, ब) मॉड्यूलर, क) मेगा, ड) राष्ट्रीय

7. -----जाहिरात फसवी नसतात

अ) प्रो-बोनो , ब) संस्थात्मक, क) सरोगेट, ड) राजकीय

8.-----जाहिरातीमुळे मॅगीला संकटानंतर त्याचा बाजारातील हिस्सा परत मिळवण्यास मदत झाली

अ) हरित, ब) वकिली, क) राजकीय, ड) संस्थात्मक

9.खोटी आकडेवारी हा -----जाहिरातीचा एक प्रकार आहे

अ) अनैतिक , ब) नैतिक , क) सामाजिक , ड) राजकीय

10. -----जाहिरात पर्यावरणपूरक उत्पादनाला प्रोत्साहन देतात

अ) हरित, , ब) सामान्य, क) अनुकूल, ड) राष्ट्रीय

11.---- कॉर्पोरेट प्रतिमा जाहिरात असेही म्हणतात

अ) संस्थात्मक जाहिरात, ब) राजकीय जाहिरात, क) सामाजिक जाहिरात, ड) हरित,

12.जाहिरातीमुळे ----- निर्माण होऊन उत्पादनाचे मूल्य वाढवण्यास मदत होते.

अ) ब्रँड , ब ) गोंधळ, क)स्पर्धा, ड)मक्तेदारी

प्र.1 ब. खालील विधाने सत्य किंवा असत्य आहेत हे सांगा : (कोणतेही 10) 10 गुण

- 1) जाहिरातींना सर्जनशीलतेची गरज नसते
- 2) रेडिओ हे आता जाहिरातींसाठी उपयुक्त माध्यम राहिलेले नाही
- 3) व्यावसायिक जाहिराती ग्राहक खरेदीदारांच्या दिशेने निर्देशित केल्या जातात
- 4) प्रादेशिक जाहिरात एजन्सींची सर्व देशांमध्ये उपस्थिती आहे
- 5) सर्व जाहिरात एजन्सी आपल्या ग्राहकांना अपुरी सेवा पुरवतात
- 6) जाहिराती मक्तेदारीला प्रोत्साहन देतात
- 7) सर्व जाहिरातदार त्यांच्या जाहिरातींमध्ये अतिशयोक्तीपूर्ण दावे स्वीकारतात
- 8) जाहिरातींचा बाजारातील उत्पादनाच्या ब्रँडिंगशी काहीही संबंध नाही
- 9) जाहिरातींचा थेट परिणाम वितरण खर्चावर होतो
- 10) ब्रँड संकट आणि कंपनीची नफा या पूर्णपणे दोन भिन्न समस्या आहेत..
- 11) ब्रँड विस्तार म्हणजे उत्पादनाची नवीन लाइन सुरू करणे
- 12) प्राथमिक जाहिराती आणि जेनेरिक जाहिराती एकच आहेत

प्र.2 खालीलपैकी कोणत्याही दोनचे उत्तर द्या: 15 गुण

1. जाहिरातींचे समाजाला होणारे फायदे समजावून सांगा
- 2.इंटीग्रेटेड मार्केटिंग कम्युनिकेशनचे घटक स्पष्ट करा.

3. कार्य आणि मीडियाच्या आधारे जाहिरातींचे वर्गीकरण स्पष्ट करा.

प्र.3 खालीलपैकी कोणत्याही दोनचे उत्तर द्या: 15 गुण

1. जाहिरात एजन्सीच्या वैशिष्ट्यांची चर्चा करा
2. जाहिरात एजन्सी निवडताना विचारात घ्यायच्या घटकांचे तपशीलवार वर्णन करा.
3. एजन्सी-क्लायंट संबंध राखण्याचे वेगवेगळे मार्ग कोणते आहेत?

प्र.4 खालीलपैकी कोणत्याही दोनचे उत्तर द्या: 15 गुण

1. जाहिरातींचा ग्राहकांच्या किमतीवर होणारा परिणाम स्पष्ट करा.
2. भारतीय मूल्ये आणि संस्कृतीवर जाहिरातींचे सकारात्मक परिणाम यावर चर्चा करा
3. जाहिरातीतील सत्याच्या महत्त्वाची चर्चा करा.

प्र.5 खालीलपैकी कोणत्याही दोनचे उत्तर द्या: 15 गुण

1. ब्रँड प्रतिमा तयार करण्यात जाहिरातींच्या भूमिकेचे वर्णन करा.
2. ग्रामीण जाहिरातींच्या विविध पैलूवर चर्चा करा
3. कॉर्पोरेट इमेज जाहिरातींचे महत्त्व थोडक्यात स्पष्ट करा

प्र.6 टीपा लिहा (कोणतेही 4) 20 गुण

- 1) जाहिरातींमध्ये अनैतिक प्रथा
- 2) एजन्सी भरपाई
- 3) हरित जाहिरातींची वैशिष्ट्ये
- 4) ए आई डी ए ( AIDA )
- 5) डिजिटल जाहिरात
- 6) ब्रँड इक्विटी