

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

1) _____ includes those marketing activities that provide extra value or incentives for purchasing a product, such as coupons and premiums.

- A.) Direct Marketing B.) Advertising C.) Public Relations D.) Sales Promotion

2) When an organization systematically plans and distributes information in an attempt to control and manage its image and the nature of the publicity it receives, it is engaging in a function known as -----

- A.) Buzz Marketing. B.) Reactive disinformation. C.) Bait-and-switch Marketing. D.) Public Relations.

3) The development of the advertising message that the marketer wants to convey to its target audience is called the _____.

- A.) Creative strategy. B.) Media Strategy. C.) Distribution Strategy. D.) Channel Strategy

4) Advertisement is a type of _____.

- A.) Outdoor marketing. B.) Indirect marketing. C.) Share marketing.
D.) Transaction marketing.

5) From the perspective of sales, advertisements are required for _____.

- A.) Profit. B.) Loss. C.) Increasing sales. D.) Decreasing sales.

6) Print advertising is sometimes also called _____.

- A) Business Advertising B) Press Advertising C) Electronic Advertising D) None of the above

7) _____ code guides the advertiser, media & advertising agencies.

- a)SEBI, b) ASCI, c) AAAl, d) IMA

8) _____ advertising is also known as probono advertising.

- a)Primary, b)Social, c) Trade d)Secondary

9) Advertising is an element of _____.

- a)Production cost, b)Distribution cost, c) Indirect cost , d)Marketing cost
- 10) _____ is the fastest growing media for advertising.
- a) Television, b)Radio, c)Internet d) Social media
- 11) Corporate Image Advertising is also known as _____ advertising.
- a) Primary, b)Institutional, c)Product d)Secondary
- 12) _____ is the recipient of advertising message.
- a)Advertiser, b)Target Audience, c)Media d)Media Buyer

B) State whether the following statements are True or False. (Any 10)

10

- 1) The first step in the IMC planning process is to review the marketing plan and objectives.
- 2) An advantage of publicity over other forms of promotion is its credibility.
- 3) The choice of medium of advertisement depends on the contents of the message-True
- 4) The Federal Trade Commission has issued guidelines on green advertising.
- 5) Media advertising is still the most cost-effective way to reach large numbers of consumers with an advertising message.
- 6) Business-to-business advertising is limited to industrial goods; services such as insurance and finance and banking are not included in this category.
- 7) ASCI were set up in 1991.
- 8) Unethical advertising helps the organization in the long run.
- 9) Surrogate advertising is a form of unethical advertising.
- 10) Advertising has no role to play in brand building.
- 11) Primary-demand advertising focuses on creating demand for a specific company's brands.
- 12) Brand Crisis is beneficial to the firm.

Q.2

Answer the following. (Any 02)

15

- A. Define Advertising and explain its nature and features.
- B. Explain the importance of Advertising.
- C. Enumerate the objectives of advertising in your own words.

- Q.3 Answer the following. (Any 02) 15**
- A. Explain the ways of getting clients.
 - B. Define Client Turnover. Discuss the reasons for Client Turnover.
 - C. What is Creative Pitch? Explain the steps in preparing Creative Pitch.
- Q.4 Answer the following. (Any 02) 15**
- A. Explain in detail the communication process in advertising
 - B. Discuss the AIDA model
 - C. Explain the role of advertising in developing brand image?
- Q.5 Answer the following. (Any 02) 15**
- A. Explain in detail the communication process in advertising.
 - B. Explain the role of advertising in developing brand image.
 - C. What is corporate image advertising? What are its Features?
- Q.6 Write a Short Note. (Any 04) 20**
- a) Advertising and consumer price.
 - b) Ethics in advertising
 - c) ASCI
 - d) Broadcasting advertising
 - e) Integrated Marketing Communication
 - f) In - house agencies

[वेळ: ३:०० 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

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

10

- 1) _____ मध्ये त्या विपणन क्रियाकलापांचा समावेश आहे जे उत्पादन खरेदी करण्यासाठी अतिरिक्त मूल्य किंवा प्रोत्साहन प्रदान करतात, जसे की कूपन आणि प्रीमियम.
 A.) थेट विपणन B.) जाहिरात C.) जनसंपर्क D.) विक्री प्रोत्साहन
- 2) जेव्हा एखादी संस्था तिची प्रतिमा आणि तिला मिळणाऱ्या प्रसिद्धीचे स्वरूप नियंत्रित आणि व्यवस्थापित करण्याच्या प्रयत्नात माहितीचे नियोजन आणि वितरण करते, तेव्हा ती -----
 म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या कार्यात गुंतलेली असते. -----
 A.) बझ मार्केटिंग B.) प्रतिक्रियात्मक डिसइन्फॉर्मेशन C.) आमिष आणि स्विच मार्केटिंग D.) जनसंपर्क
- 3) जाहिरात संदेशाच्या विकासाला जो मार्केटर त्याच्या लक्षित प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचवू इच्छितो त्याला _____ म्हणतात.
 A) सर्जनशील धोरण B.) मीडिया स्ट्रॅटेजी C.) वितरण धोरण D.) चॅनल धोरण
- 4) जाहिरात हा एक प्रकारचा _____ आहे.
 A.) आउटडोअर मार्केटिंग B.) अप्रत्यक्ष विपणन C.) शेअर मार्केटिंग D.) व्यवहार विपणन
- 5) विक्रीच्या दृष्टीकोनातून, _____ साठी जाहिराती आवश्यक आहेत. A.) नफा. ब.) तोटा C.) वाढती विक्री D.) विक्री कमी होत आहे.
- 6) छापील जाहिरातींना कधी कधी _____ असेही म्हणतात.
 A) व्यवसाय जाहिरात B) प्रेस जाहिरात C) इलेक्ट्रॉनिक जाहिरात D) वरीलपैकी काहीही नाही
- 7) _____ कोड जाहिरातदार, मीडिया आणि जाहिरात संस्थांना मार्गदर्शन करतो.
 A) SEBI, B) ASCI, C) AAAI, D) IMA
- 8) _____ जाहिरातीला प्रोबोना जाहिरात असेही म्हणतात.
 A) प्राथमिक, B) सामाजिक, C) व्यापार D) माध्यमिक

- ९) जाहिरात हा _____ चा घटक आहे.
 A) उत्पादन खर्च, B) वितरण खर्च, C) अप्रत्यक्ष खर्च, D) विपणन खर्च
 10) _____ हे जाहिरातीसाठी सर्वात वेगाने वाढणारे माध्यम आहे.
 A) दूरदर्शन, B) रेडिओ, C) इंटरनेट D) सोशल मीडिया
 11) कॉर्पोरेट प्रतिमा जाहिरातीला _____ जाहिरात असेही म्हणतात.
 A) प्राथमिक, B) संस्थात्मक, C) उत्पादन D) माध्यमिक
 12) _____ हा जाहिरात संदेशाचा प्राप्तकर्ता आहे.
 A) जाहिरातदार, B) लक्ष्य प्रेक्षक, C) मीडिया D) मीडिया खरेदीदार

प्र.१) ब) खालील विधाने सत्य आहेत की असत्य आहेत ते सांगा. (कोणतेही 10)

- 1) IMC नियोजन प्रक्रियेतील पहिली पायरी म्हणजे विपणन योजना आणि उद्दिष्टांचे पुनरावलोकन करणे. - 10
 २) प्रचाराच्या इतर प्रकारांपेक्षा प्रसिद्धीचा फायदा म्हणजे त्याची विश्वासार्हता. -
 3) जाहिरातीच्या माध्यमाची निवड संदेशाच्या मजकुरावर अवलंबून असते -
 4) फेडरल ट्रेड कमिशनने हिरव्या जाहिरातींवर मार्गदर्शक तत्वे जारी केली आहेत.
 5) जाहिरात संदेशासह मोठ्या संख्येने ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्याचा माध्यम जाहिराती हा अजूनही सर्वात किफायतशीर मार्ग आहे. -
 6) व्यवसाय-ते-व्यवसाय जाहिराती औद्योगिक वस्तूपुरत्या मर्यादित आहेत; विमा आणि वित्त आणि बँकिंग यांसारख्या सेवांचा या वर्गात समावेश नाही.
 7) ASCI ची स्थापना 1991 मध्ये झाली.
 8) अनैतिक जाहिराती संस्थेला दीर्घकाळ मदत करतात.
 9) सरोगेट जाहिरात ही एक अनैतिक जाहिराती आहे.
 10) ब्रँड बिलिंगममध्ये जाहिरातींची भूमिका नाही.
 11) प्राथमिक-मागणी जाहिराती विशिष्ट कंपनीच्या ब्रँडसाठी मागणी निर्माण करण्यावर लक्ष केंद्रित करतात. -
 12) ब्रँड क्रायसिस फर्मसाठी फायदेशीर आहे.

- प्र.२ 1) जाहिरातीची व्याख्या करा आणि त्याचे स्वरूप आणि वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. 15
 2) जाहिरातीचे महत्त्व स्पष्ट करा.
 3) जाहिरातीची उद्दिष्टे तुमच्या स्वतःच्या शब्दात मोजा.

- प्र.३ खालील उत्तर द्या. (कोणतेही ०२) 15
 1. ग्राहक मिळविण्याचे मार्ग स्पष्ट करा.
 2. क्लायंट टर्नओव्हर परिभाषित करा. क्लायंट टर्नओव्हरच्या कारणांची चर्चा करा.
 3. क्रिएटिव्ह पिच म्हणजे काय? क्रिएटिव्ह पिच तयार करण्याच्या पायऱ्या स्पष्ट करा.

- प्र.४ 4) खालील उत्तर द्या. (कोणतेही ०२) 15
 1. जाहिरातीतील संप्रेषण प्रक्रियेचे तपशीलवार वर्णन करा
 2. AIDA मॉडेलची चर्चा करा
 3. ब्रँड प्रतिमा विकसित करण्यात जाहिरातीची भूमिका स्पष्ट करा?

- प्र.५ खालील उत्तर द्या. (कोणतेही ०२) 15
 1) जाहिरातीमधील संप्रेषण प्रक्रियेचे तपशीलवार वर्णन करा.

- 2) ब्रँड प्रतिमा विकसित करण्यात जाहिरातीची भूमिका स्पष्ट करा.
- 3) कॉर्पोरेट प्रतिमा जाहिरात म्हणजे काय? त्याची वैशिष्ट्ये काय आहेत?

प्र.६

टिपा लिहा. (कोणतेही ०४)

20

- 1) जाहिरात आणि ग्राहक किंमत.
- 2) जाहिरातीतील नैतिकता
- 3) ASCI
- 4) जाहिरात प्रसारित करणे
- 5) एकात्मिक विपणन संप्रेषण
- 6) घरातील एजन्सी