

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. Multiple Choice Questions

10

Select the most appropriate answer from the option given below (Any Ten out of Twelve)

1. In India, radio broadcasting was started in _____
 - a. 1927
 - b. 1920
 - c. 1915
 - d. 1918
2. _____ refers to the central idea or message which is reflected in all the ads in an ad campaign.
 - a. Advertising cost
 - b. Advertising compensation
 - c. Advertising campaign
 - d. Advertising expense
3. What is the primary advantage of celebrity endorsement in advertising?
 - a. Increased production costs
 - b. Higher advertising clutter
 - c. Enhanced brand credibility and visibility
 - d. Decreased consumer trust
4. Advertising _____ are the persuasion that stimulates a person to buy a product/service by highlighting to an individual's needs, interests, or wants.
 - a. Audience

- b. Audio
 - c. Appeal
 - d. Association
5. Which of the following is a characteristic of a low involvement product?
- a. High consumer involvement
 - b. Complex decision-making process
 - c. Lengthy product evaluation
 - d. Limited consumer attention
6. _____ refers to imagination of something for creation of an idea for advertisement.
- a. Virtualization
 - b. Visualization
 - c. Visionization
 - d. Verifiable
7. DAGMAR advertising model was proposed by _____ in 1961.
- a. Russell Colley
 - b. Philip Kotler
 - c. F.W. Taylor
 - d. Abraham Lincoln
8. Doordarshan was established in.....
- a. 15th September 1959
 - b. 15th September 1958
 - c. 15th September 1948
 - d. 15th September 1968
9.is a common form of advertising and is done through pamphlets and brochures.
- a. Direct mail

- b. Mobile advertising
 - c. WAP banner ads
 - d. SMS advertising
10. Which of the following is a common form of Point of Purchase (POP) advertising?
- a. Radio commercials
 - b. Social media posts
 - c. In-store displays and signage
 - d. Email newsletters
11. Which of the following statements best describes the purpose of a Unique Selling Proposition (USP)?
- a. To highlight common features shared with competitors
 - b. To communicate the distinct benefits and advantages of a product or service
 - c. To focus on generic marketing messages
 - d. To lower the price of a product to attract more customers
12. Under _____ strategy, advertiser undertakes during season and no advertisement as season comes to an end.
- a. Pulsing
 - b. Flighting
 - c. Seasonal
 - d. Alternate month

Q.1 B. State whether the following statements are True or False (Any Ten out of Twelve)

10

- 1. Media refers to a platform or medium through which a message can be sent to a large audience at a same time.
- 2. Reach refers to the total number of people or households exposed, at least once, to a particular media vehicle during a given period.

3. The ad budget depends upon frequency of advertising.
4. Celebrities are known faces to the public.
5. Humor appeal type helps to grab attention of audience.
6. Logo acts as a corporate signature.
7. Buying motive refers to reason why the customer purchases the product.
8. Informal balance is one where the elements of the ad are placed at random.
9. Low involvement product is generally of lower price.
10. In advertising, USP stands for Unique Selling Price.
11. Competitor parity method is variation of percentage of sales method.
12. Every ad must have a headline.

Q.2 Answer **Any Two** of the following **Out of Three** questions: 15

- a. Explain different forms of outdoor advertising.
- b. Discuss the advantages and disadvantages of Television Advertising.
- c. Describe the Various forms of digital media Advertising.

Q.3 Answer **Any Two** of the following **Out of Three** questions: 15

- a. Describe the methods of preparing advertising budgets.
- b. Explain the Steps in Planning Advertising Campaign.
- c. Write a note on Factors determining advertising budgets.

Q.4 Answer **Any Two** of the following **Out of Three** questions: 15

- a. Explain importance of creativity in advertising.
- b. Discuss different techniques of visualization in advertising.
- c. What do you mean by appeal? Discuss various types of appeals.

Q.5 Answer **Any Two** of the following **Out of Three** questions: 15

- a. Explain different pre-testing methods of evaluation of advertising.

b. What do you mean by Layout? Explain the principles of good layout.

c. Describe the concept of story board in detail.

Q.6 Write notes on **Any Four out of Six:** 20

- a. Write a note on Door Darshan code
- b. Media Research.
- c. DAGMAR model of advertising.
- d. Essentials of copywriting.
- e. Write a note on Reach, Frequency and GRP.
- f. Types of Advertising copy.

[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 (अ.) खाली दिलेल्या पर्यायातून सर्वात योग्य उत्तर निवडा (बारा पैकी कोणतेही दहा)

१०

१. भारतात रेडिओ प्रसारण _____ मध्ये सुरू झाले.

अ. १९२७

ब. १९२०

क. १९१५

ड. १९१८

२. _____ मध्यवर्ती कल्पना किंवा संदेशाचा संदर्भ देते जे जाहिरात मोहिमेतील सर्व जाहिरातींमध्ये दिसून येते.

अ. जाहिरात खर्च

ब. जाहिरात भरपाई

क. जाहिरात अभियान

ड. जाहिरात खर्च

३. जाहिरातींमध्ये सेलिब्रिटींच्या समर्थनाचा प्राथमिक फायदा काय आहे?

अ. उत्पादन खर्च वाढला

ब. उच्च जाहिरात गोंधळ

क. वर्धित ब्रँड विश्वासार्हता आणि दृश्यमानता

ड. ग्राहकांचा विश्वास कमी झाला

४. जाहिरात _____ म्हणजे एखाद्या व्यक्तीच्या गरजा, स्वारस्य किंवा इच्छा ठळक करून एखाद्या व्यक्तीला उत्पादन/सेवा खरेदी करण्यास प्रवृत्त करते.

अ. प्रेक्षक

ब. ऑडियो

क. अपील

ड. संघटना

५. खालीलपैकी कोणते कमी सहभाग उत्पादनाचे वैशिष्ट्य आहे?

अ. उच्च ग्राहक सहभाग

ब. जटिल निर्णय प्रक्रिया

क. उत्पादनाचे लांबलचक मूल्यांकन

ड. मर्यादित ग्राहक लक्ष

६. _____ ह्या विज्ञापनाच्या कल्पनांत एक विचार तयार करण्यासाठी आहे.

अ. वर्चुअलायझेशन

ब. विझ्युअलायझेशन

क. व्हिझ्युअलायझेशन

ड. वेरिफायबल

७. DAGMAR विज्ञापन मॉडेलचे प्रस्ताव दिले _____ यांनी १९६१ मध्ये.

अ. रसेल कॉले

ब. फिलिप कोट्लर

क. एफ. डब्ल्यू. टेलर

ड. अब्राहम लिंकन

८. दूरदर्शन ठरवले गेले होते

अ. १५ सप्टेंबर १९५९

ब. १५ सप्टेंबर १९५८

क. १५ सप्टेंबर १९४८

ड. १५ सप्टेंबर १९६८

९. एक साधारण प्रकारचा विज्ञापन आहे आणि पम्पलेट आणि ब्रोशर्सद्वारे केला जातो.

अ. सीधे मेल

ब. मोबाइल विज्ञापन

क. WAP बॅनर विज्ञापन

ड. एसएमएस विज्ञापन

१०. खालीलपैकी कोणत्या हे सामान्य Point of Purchase (POP) विज्ञापनाचे सामान्य प्रकार आहेत?

अ. रेडिओ कमर्शियल्स

ब. सोशल मीडिया पोस्ट्स

क. स्टोअरच्या प्रदर्शन आणि संकेतांमध्ये

ड. ईमेल न्यूझलेटर्स

११. खालीलपैकी कोणती वाक्य सामान्य विक्री कारणाचा (USP) उद्दिष्ट वर्णन करते?

- अ. प्रतिस्पर्धियांसह सामान्य वैशिष्ट्ये सामायिक करणे
- ब. उत्पादन किंवा सेवेची विशेष लाभे आणि अधिकतम अवधारणा आणि लाभ
- क. जेनेरिक मार्केटिंग संदेशांपर्यंत लक्ष्यसाधित करणे
- ड. उत्पादनाच्या किमती कमी करणे आणि अधिक ग्राहक समावेशासाठी

१२. _____ धोरणांतर्गत, जाहिरातदार सीझन दरम्यान हाती घेतात आणि सीझन संपल्यावर कोणतीही जाहिरात केली जात नाही.

- अ. स्पंदन
- ब. उड्डाण
- क. हंगामी
- ड. पर्यायी महिना

(ब.) खालील विधाने बरोबर की चूक ते सांगा (बारा पैकी कोणतेही दहा)

१. माध्यम म्हणजे व्यासपीठ किंवा माध्यम ज्याद्वारे एकाच वेळी मोठ्या प्रेक्षकांना संदेश पाठविला जाऊ शकतो.
२. पोहोच म्हणजे दिलेल्या कालावधीत, किमान एकदा, एका विशिष्ट मीडिया वाहनाच्या संपर्कात आलेल्या लोकांच्या किंवा कुटुंबांच्या एकूण संख्येचा संदर्भ देते.
३. जाहिरात बजेट जाहिरातीच्या वारंवारतेवर अवलंबून असते.
४. सेलिब्रिटी हे लोकांसाठी ओळखले जाणारे चेहरे आहेत.
५. विनोदी अपील प्रकार प्रेक्षकांचे लक्ष वेधून घेण्यास मदत करतो.
६. लोगो कॉर्पोरेट स्वाक्षरी म्हणून काम करतो.
७. खरेदीचा हेतू म्हणजे ग्राहक उत्पादन का खरेदी करतो हे कारण आहे.
८. अनौपचारिक शिल्लक एक आहे जिथे जाहिरातीचे घटक यादृच्छिकपणे ठेवले जातात.
९. कमी सहभाग असलेले उत्पादन साधारणपणे कमी किमतीचे असते.
१०. जाहिरातींमध्ये, USP म्हणजे युनिक सेलिंग प्राइस.
११. स्पर्धक समता पद्धत ही विक्री पद्धतीच्या टक्केवारीतील फरक आहे.
१२. प्रत्येक जाहिरातीला एक मथळा असणे आवश्यक आहे.

प्र.२ खालीलपैकी तीनपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या.

- अ. मैदानी जाहिरातींचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.
- ब. दूरदर्शन जाहिरातींचे फायदे आणि तोटे चर्चा करा.
- क. डिजिटल मीडिया जाहिरातीच्या विविध प्रकारांचे वर्णन करा.

प्र.३ खालीलपैकी तीनपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या.

- अ. जाहिरात बजेट तयार करण्याच्या पद्धतीचे वर्णन करा.
- ब. नियोजन जाहिरात मोहिमेतील पायऱ्या स्पष्ट करा.
- क. जाहिरातीचे अंदाजपत्रक ठरवणाऱ्या घटकांवर एक टीप लिहा.

प्र.४ खालीलपैकी तीनपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या.

१५

- अ. जाहिरातीमध्ये सर्जनशीलतेचे महत्त्व स्पष्ट करा.
- ब. जाहिरातीमधील व्हिज्युअलायझेशनच्या विविध तंत्रांवर चर्चा करा.
- क. अपील म्हणजे काय? विविध प्रकारच्या अपीलांवर चर्चा करा.

प्र.५ खालीलपैकी तीनपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या.

१५

- अ. जाहिरातीच्या मूल्यमापनाच्या विविध पूर्व-चाचणी पद्धती स्पष्ट करा.
- ब. लेआउट म्हणजे काय? चांगल्या मांडणीची तत्वे स्पष्ट करा.
- क. कथा मंडळाच्या संकल्पनेचे तपशीलवार वर्णन करा.

प्र.६ कोणत्याही चारवर टिपा लिहा

२०

- अ. दार दर्शन कोडवर एक टीप लिहा
- ब. मीडिया संशोधन.
- क. DAGMAR जाहिरात मॉडेल.
- ड. कॉपीरायटिंगच्या आवश्यक गोष्टी.
- इ. पोहोच, वारंवारता आणि GRP वर एक टीप लिहा.
- ई. जाहिरात कॉपीचे प्रकार.