

[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) Multiple Choice Questions. Select the most appropriate answer from the option given below (Any Ten out of Twelve)** 10

1. Under _____ strategy, advertiser undertakes during season and no advertisement as season comes to an end. a) Pulsing, b) Flighting, c) Seasonal d) Stepping Schedule
2. _____ is an example of advertising objective.
(a) Create awareness of brand, b) Develop brand image, c) Both d) None of above
3. Creativity in advertisement helps in _____.
(a) Decrease sales, b) develop negative attitude, c) develop brand image, d) Incubation
4. _____ is a document that explains in detail about a project to a creative team, ad agency, or designer to design effective ad campaign.
(a) Creative Brief, b) Creative Break, c) Creative Brain d) Illumination
5. DAGMAR advertising model was proposed by _____ in 1961.
(a) Russell Colley, b) Philip Kotler, c) F.W. Taylor d) Henry Fayol
6. _____ refers to the total number of people or households exposed, at least once, to a particular media vehicle during a given period.
a) Reach, b) Frequency, c) GRP d) Bill board
7. _____ refers to imagination of something for creation of an idea for advertisement.
(a) Virtualization, b) Visualization, c) Visionization d) Perception
8. _____ factor is considered while selecting ad media. a) Type of buyer, b) Nature of product, c) Both d) None of above
9. Shampoo is an example of _____ involvement product. a) High, b) Low, c) No d) Average
10. _____ refers to the amount that an advertiser sets aside for different advertising activities.
(a) Ad audit, b) Ad budget, c) Ad audience , d) Ad Skywriting

Q.P. Code:00005658

11. _____ refers to reason why the customer purchases the product.
(a) buying motive, b) creative brief, c) endorsement d) Perishability
12. 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) Visual

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

10

1. Television ads have a long life.
2. Film advertising offers only audio impact.
3. Website is a form of outdoor advertising.
4. Out of home is a form of new age media.
5. It is mandatory to get circulation figures certified by ABC.
6. Internet is the fastest growing medium for advertising.
7. Advertising copy refers to the textual element in the ad.
8. Logo acts as a corporate signature.
9. Layout means arranging the elements of an ad.
10. Storyboards are used in television ads.
11. Pre-testing helps in finding out any grammatical and conceptual error in advertising copy.
12. Recall test is a pre-testing method of testing advertising effectiveness.

Q.2 Answer the Following. (Any 02)

15

1. Explain the advantages and limitations of Print media.
2. What are the advantages and disadvantages of TV advertising?
3. What is Film Advertising?. Explain its Advantages.

Q.3 Answer the Following. (Any 02)

15

- 1) Discuss the various factors determining ad budget.
- 2) What is media planning? Explain its process?
- 3) What is a DAGMAR model of advertising ?Explain in detail.

Q.4 Answer the Following. (Any 02)

15

- 1) What are the types of appeal in advertisement?
- 2) What is buying motive? Explain various buying motives in advertisements

3) Explain various selling points used by sellers in advertisement by giving suitable example.

Q.5 Answer the Following. (Any 02) **15**

1. What are the principles of layout in advertising?
2. What is a Jingles and music in advertising? Explain in details.
3. Explain different post-testing methods of evaluation of advertising.

Q.6 Write a Short Note on. (Any 04) **20**

1. Broadcasting Media.
2. Digital Media.
3. Media Scheduling Strategy.
4. Celebrity Endorsement.
5. Creative Brief.
6. Story Board.

[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. खालील दिलेल्या पर्यायांमधून सर्वात योग्य उत्तर निवडा (दहा प्रश्नांची उत्तरे द्या)

१०

- _____ धोरणानुसार, जाहिरातदार हंगामादरम्यान जाहिरात करतो आणि हंगाम संपल्यानंतर जाहिरात थांबवतो.
 (a) पलिंग, (b) फ्लाइंग, (c) हंगामी, (d) स्टेपिंग शेड्यूल
- _____ हे जाहिरातीचे उद्दिष्टाचे उदाहरण आहे.
 (a) ब्रँडची जाणीव निर्माण करणे, (b) ब्रँड इमेज विकसित करणे, (c) दोन्ही, (d) वरीलपैकी काहीही नाही
- जाहिरातीत सर्जनशीलतेमुळे _____ होतो.
 (a) विक्री कमी होणे, (b) नकारात्मक दृष्टिकोन निर्माण करणे, (c) ब्रँड इमेज विकसित करणे, (d) इन्क्युबेशन
- _____ हा एक दस्तऐवज आहे जो क्रिएटिव्ह टीम, जाहिरात एजन्सी, किंवा डिझायनरला प्रभावी जाहिरात मोहीम तयार करण्यासाठी तपशीलवार माहिती देतो.
 (a) क्रिएटिव्ह ब्रीफ, (b) क्रिएटिव्ह ब्रेक, (c) क्रिएटिव्ह ब्रेन, (d) इल्युमिनेशन
- DAGMAR जाहिरात मॉडेल _____ ने 1961 मध्ये प्रस्तावित केले.
 (a) रसेल कॉल्ले, (b) फिलिप कोटलर, (c) एफ.डब्ल्यू. टेलर, (d) हेन्री फेयोल
- _____ हे एक विशिष्ट मीडिया व्हेइकलला दिलेल्या कालावधीत किमान एकदा प्रदर्शित होणाऱ्या लोकांची किंवा घराण्यांची एकूण संख्या दर्शवते.
 (a) पोहोच, (b) वारंवारता, (c) GRP, (d) बिलबोर्ड
- _____ हे जाहिरातासाठी कल्पना तयार करण्यासाठी काहीतरी दृश्य रूपात कल्पना करणे दर्शवते.
 (a) व्हर्चुअलायझेशन, (b) व्हिज्युअलायझेशन, (c) व्हिजनायझेशन, (d) पर्सेप्शन
- जाहिरात मीडिया निवडताना _____ हा घटक विचारात घेतला जातो.
 (a) खरेदी करणाऱ्याचा प्रकार, (b) उत्पादनाचा प्रकार, (c) दोन्ही, (d) वरीलपैकी काहीही नाही
- शेम्पू हा _____ व्यस्तता असलेला उत्पादन आहे.
 (a) उच्च, (b) कमी, (c) नाही, (d) सरासरी
- _____ हे त्या रक्कमेचे वर्णन करते जी जाहिरातदार विविध जाहिरात क्रियाकलापांसाठी राखून ठेवतो.
 (a) जाहिरात ऑडिट, (b) जाहिरात बजेट, (c) जाहिरात प्रेक्षक, (d) जाहिरात स्काय रायटिंग

11. _____ हे त्या कारणाला संदर्भित करते ज्यामुळे ग्राहक उत्पादन खरेदी करतो.
(a) खरेदी उद्दीष्ट, (b) क्रिएटिव्ह ब्रीफ, (c) अनुमोदन, (d) नाशवंतता
12. जाहिरात _____ म्हणजे त्या प्रेरणा जे एखाद्या व्यक्तीला उत्पादन/सेवा खरेदी करण्यासाठी उत्तेजित करते, त्याच्या गरजा, स्वारस्य किंवा इच्छांवर आधारित.
(a) प्रेक्षक, (b) ऑडिओ, (c) आकर्षण, (d) दृश्य

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

१०

1. टेलिव्हिजन जाहिरातींना दीर्घ आयुष्य असते.
2. चित्रपट जाहिराती फक्त ऑडिओ प्रभाव प्रदान करतात.
3. वेबसाइट ही एक बाह्य जाहिरात साधन आहे.
4. 'आउट ऑफ होम' ही एक नवीन युगातील मीडिया आहे.
5. ABC कडून वितरण आकडेवारी प्रमाणित करणे अनिवार्य आहे.
6. इंटरनेट जाहिरात क्षेत्रात सर्वात जलद वाढणारे माध्यम आहे.
7. जाहिरात प्रत जाहिरातीतील मजकूर घटकाचा संदर्भ दे
8. लोगो हा एक कॉर्पोरेट स्वाक्षरी म्हणून कार्य करतो.
9. लेआउट म्हणजे जाहिरातातील घटकांची व्यवस्था करणे.
10. स्टोरीबोर्ड्स टेलिव्हिजन जाहिरातींमध्ये वापरले जातात.
11. पूर्व-चाचणी जाहिरातीच्या प्रतीमध्ये कोणत्याही व्याकरणात्मक आणि संकल्पनात्मक त्रुटी शोधण्यात मदत करते.
12. रीकॉल चाचणी हे जाहिरातीच्या परिणामकारकतेची चाचणी करण्याचे एक पूर्व-परीक्षण पद्धत आहे.

प्र.२

खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या. (दोन निवडा)

१५

१. छापील माध्यमांचे फायदे आणि मर्यादा स्पष्ट करा.
२. टी. व्ही. जाहिरातीचे फायदे आणि तोटे काय आहेत?
३. चित्रपट जाहिरात म्हणजे काय? त्याचे फायदे स्पष्ट करा.

प्र.३

खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या. (दोन निवडा)

१५

१. जाहिरात बजेट ठरवणाऱ्या विविध घटकांची चर्चा करा.
२. मीडिया नियोजन म्हणजे काय? त्याची प्रक्रिया स्पष्ट करा.
३. DAGMAR जाहिरात मॉडेल काय आहे? त्याचे सविस्तर स्पष्टीकरण द्या.

प्र.४

खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या. (दोन निवडा)

१५

१. जाहिरातीत वापरले जाणारे आकर्षणाचे प्रकार कोणते?
२. खरेदी उद्दीष्ट म्हणजे काय? जाहिरातींमधील विविध खरेदी उद्दिष्टांची स्पष्टता द्या.

Q.P. Code:00005658

३. विक्रीचे विविध बिंदू जाहिरातीमध्ये कशा प्रकारे वापरले जातात, याचे योग्य उदाहरण देऊन स्पष्ट करा.

प्र.५

खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या. (दोन निवडा)

१५

१. जाहिरातीमध्ये मांडणीची तत्वे काय आहेत?

२. जाहिरातीतील जिंगल्स आणि संगीत म्हणजे काय? त्याचे सविस्तर स्पष्टीकरण द्या.

३. जाहिरातीचे मूल्यमापन करण्याच्या वेगवेगळ्या चाचणी-पश्चात पद्धती स्पष्ट करा..

प्र.६

खालील मुद्द्यांवर टिपा लिहा. (चार निवडा)

२०

1. प्रसारण मीडिया.
2. डिजिटल मीडिया.
3. मीडिया शेड्युलिंग धोरण.
4. प्रसिद्ध व्यक्तींचे समर्थन.
5. क्रिएटिव्ह ब्रीफ.
6. स्टोरी बोर्ड.