

Q.P.CODE-00000321

[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 Marks

- 1)The word Advertere comes from ----- language
a)Latin b)French,c) Spanish, d) Hindi
- 2)Advertising is an element of -----
a)Promotion mix ,b) Place mix ,c) Market mix, d) Price mix
- 3) ---- is a commercial activity
a) publicity , b) advertising , c) propaganda, d) announcement
- 4)---agency operates like an ad department of an advertiser
a) Full service, b) Global, c) In house, d) National
- 5)An advertising agency is an -----organization
a) Independent, b) dependent , c)supporting , d) foreign
- 6) False statistics is a form of ----- advertising
a) Unethical, b) ethical ,c) Social, d) political
- 7)Advertising has-----effects on the society
a)Positive,b) negative,c) both Positive and negative, d) No effect
- 8)Social advertising is also known as-----advertising

- a) Political, b) Probono , c) Institutional, d) Global
- 9)ASCI code is applicable to misleading ads on-----
- a) All media,b) Television ,c) Newspapers, d) Radio
- 10) DAVP is a nodal agency of Government of-----
- a) India ,b) China , c) UK, d) Japan
- 11)----advertising promotes eco-friendly products
- a) Green , b) Generic, c) Friendly, d) political
- 12) -----advertising is growing at faster rate in India
- a) Print , b) Digital, c) Radio, d) Television

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

- 1.Creativity is inseparable part of advertising .
- 2.Institutional advertising influences professional traders
3. Industrial advertising is directed towards the consumers
- 4.Global ad agencies have presence in limited number of countries
- 5.Client may remain with ad agency even when the agency provides inadequate services
- 6.Advertising does not lead to economies of scale
- 7.All advertisers adopt exaggerated claims in their advertisements
- 8.Advertising is hurdle in enhancing the value of the brand in the market
- 9.Advertising has a indirect effect on selling price
- 10.Brand crisis does leads to loss to the company
- 11.Brand loyalty and brand extension are synonymus words
12. Social media has neagtive effect on growth of market share of any company .

Q.2 Answer ANY TWO of the following: 15 Marks

- 1.What are the benefits of advertising to consumers
2. Who are the active participants in advertising? Explain their role .
3. Discuss the classification of advertising on the basis of media .

Q.3 Answer ANY TWO of the following: **15 Marks**

1. Discuss the various services offered by advertising agency to its clients .
2. What are the factors to be considered in selecting an ad agency ?
3. Explain the reasons of conflict between advertising agency and clients.

Q.4 Answer ANY TWO of the following: **15 Marks**

1. Discuss various untruthful advertising
2. Discuss positive and negative effects of advertising on customers .
3. Explain the effects of advertising on production cost .

Q.5 Answer ANY TWO of the following: **15 Marks**

1. What is brand image ? Discuss how it can be developed .
2. What is rural advertising, Discuss its various aspects.
3. Discuss the various strategies of managing brand crisis

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

1. Components Marketing communication
2. Features of advertising
3. Remedial measures to overcome client turnover
4. Importance of truth in advertising
5. Advertising standard council of India
6. AIDA model

[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 पर्यायांमधून सर्वात योग्य उत्तर निवडा. (कोणतेही १०) १० गुण

१) ऍडव्हर्टेरे (Advertere) हा शब्द ----- भाषेतून आला आहे

अ) लॅटिन , ब)फ्रेंच, क) स्पॅनिश, ड)हिंदी

२)जाहिरात हा ----चा एक घटक आहे.

अ) प्रमोशन मिक्स, ब) प्लेस मिक्स, क) मार्केट मिक्स, ड) किमतीचे मिश्रण

३) ---- एक व्यावसायिक क्रिया आहे

अ) प्रसिद्धी, ब) जाहिरात, क) प्रचार, ड) घोषणा

४)---एजन्सी जाहिरातदाराच्या जाहिरात विभागाप्रमाणे काम करते

अ) पूर्ण सेवा, ब) जागतिक, क) घरामध्ये, ड) राष्ट्रीय

५) जाहिरात एजन्सी ही ----- संस्था आहे

अ) स्वतंत्र, ब) आश्रित, क)समर्थक, ड) परदेशी

६) खोटी आकडेवारी हा ----- जाहिरातीचा एक प्रकार आहे

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

७) जाहिरातीचा समाजावर -----परिणाम होतो

अ)सकारात्मक,ब)नकारात्मक,क)सकारात्मक व नकारात्मक ड) कोणताही परिणाम नाही

8) सामाजिक जाहिरातीला -----जाहिरात म्हणूनही ओळखले जाते

अ) राजकीय, ब) प्रोबोनो, क) संस्थात्मक, ड) जागतिक

9) एससीआय (ASCI) कोड -----वरील दिशाभूल करणाऱ्या जाहिरातींना लागू आहे

अ)) सर्व माध्यमे, ब) दूरदर्शन, क)) वर्तमानपत्रे, ड) रेडिओ

10) DAVP ही----- सरकारची नोडल एजन्सी आहे

अ) भारत, ब) चीन, क) यूके, ड) जपान

11)-----जाहिराती पर्यावरणास अनुकूल उत्पादनांना प्रोत्साहन देतात

अ) हरित , ब) सामान्य, क) मैत्रीपूर्ण, ड) राजकीय

12) भारतात -----जाहिराती वेगाने वाढत आहेत

अ) प्रिंट, ब) डिजिटल, क) रेडिओ, ड) दूरदर्शन

प्र.1 ब.

खालील विधाने सत्य किंवा असत्य आहेत हे सांगा : (कोणतेही 10)

10 गुण

1. सर्जनशीलता हा जाहिरातीचा अविभाज्य भाग आहे.

2.संस्थात्मक जाहिराती व्यावसायिक व्यापाऱ्यांवर प्रभाव टाकतात

3. औद्योगिक जाहिराती ग्राहकांच्या दिशेने निर्देशित केल्या जातात

4.ग्लोबल जाहिरात एजन्सी मर्यादित देशांमध्ये अस्तित्वात आहेत

5. एजन्सी अपुऱ्या सेवा पुरवत असतानाही क्लायंट जाहिरात एजन्सीसोबत राहू शकतो

6.जाहिरातीमुळे मोठ्या प्रमाणावर अर्थव्यवस्थेत वाढ होत होत नाही

7.सर्व जाहिरातदार त्यांच्या जाहिरातींमध्ये अतिशयोक्तीपूर्ण दावे स्वीकारतात

8.बाजारातील ब्रँडचे मूल्य वाढवण्यात जाहिराती हा अडथळा आहे

9.विक्री किमतीवर जाहिरातीचा अप्रत्यक्ष परिणाम होतो

10.ब्रँड संकटामुळे कंपनीचे नुकसान होते

11.ब्रँड लॉयल्टी आणि ब्रँड विस्तार हे समानार्थी शब्द आहेत

12. कोणत्याही कंपनीच्या मार्केट शेअरच्या वाढीवर सोशल मीडियाचा नकारात्मक प्रभाव पडतो.

प्र.2 खालीलपैकी कोणत्याही दोनचे उत्तर द्या: 15 गुण

1. ग्राहकांना जाहिरातींचे काय फायदे आहेत?
2. जाहिरातींमध्ये सक्रिय सहभागी कोण आहेत? त्यांची भूमिका स्पष्ट करा.
3. माध्यमांच्या आधारे जाहिरातींच्या वर्गीकरणावर चर्चा करा

प्र.3 खालीलपैकी कोणत्याही दोनचे उत्तर द्या: 15 गुण

1. जाहिरात एजन्सीद्वारे ग्राहकांना दिल्या जाणाऱ्या विविध सेवांची चर्चा करा.
2. जाहिरात एजन्सी निवडताना कोणते घटक विचारात घेतले पाहिजेत?
3. जाहिरात एजन्सी आणि ग्राहक यांच्यातील संघर्षाची कारणे स्पष्ट करा.

प्र.4 खालीलपैकी कोणत्याही दोनचे उत्तर द्या: 15 गुण

1. विविध असत्य जाहिरातींवर चर्चा करा
2. ग्राहकांवर जाहिरातींचे सकारात्मक आणि नकारात्मक प्रभाव यावर चर्चा करा.
3. उत्पादन खर्चावर जाहिरातींचा प्रभाव स्पष्ट करा.

प्र.5 खालीलपैकी कोणत्याही दोनचे उत्तर द्या: 15 गुण

1. ब्रँड इमेज म्हणजे काय? ते कसे विकसित करता येईल यावर चर्चा करा.
2. ग्रामीण जाहिरात म्हणजे काय? त्याच्या विविध पैलूवर चर्चा करा.
3. ब्रँड संकटाचे व्यवस्थापन करण्याच्या विविध धोरणांवर चर्चा करा

प्र.6 टीपा लिहा (कोणतेही 4) 20 गुण

1. विपणन संप्रेषण घटक

2. जाहिरातींची वैशिष्ट्ये
3. ग्राहकांच्या बदलू प्रवृत्तीवर मात करण्यासाठी उपाय
4. जाहिरातीमध्ये सत्याचे महत्त्व
5. अँडव्हर्टायझिंग स्टँडर्ड कौन्सिल ऑफ इंडिया
6. AIDA मॉडेल