

Time: 3Hrs

Marks: 100

N. B 1. All questions are compulsory.

2. Figures to the right indicate full marks.

Q.1 (A) Select most appropriate answer from the options given below. (Any 10) (10)

- 1) Magazines are publications.
 - a) Periodical b) regular c) daily d) frequently
- 2) Pilferage of data is common in media.
 - a) digital b) print c) broadcasting d) outdoor
- 3) ABC is operating in India since
 - a) 1948 b) 1945 c) 1950 d) 1986
- 4) Doordarshan does not accept ads of
 - a) chit funds b) travel agents c) insurance companies d) banks
- 5) Is necessary for planning the advertising campaign.
 - a) Continuity b) celebrity c) survey d) research
- 6) Is the second communication goal in the DAGMAR model.
 - a) awareness b) action c) research inputs d) Development
- 7) media scheduling strategy is suitable for a brand of shampoo.
 - a) Steady advertising b) Bursting c) seasonal d) unseasonal
- 8) Media planning helps in media
 - a) selection b) identity c) study d) research
- 9) Unique Selling Proposition involves
 - a) one selling idea b) two selling ideas c) several ideas d) zero idea
- 10) Middle class family buying its first car is considered as a involvement.
 - a) high involvement b) low involvement c) moderate d) low
- 11) helps to overcome language barrier.
 - a) Illustration b) Headline c) Body copy d) headline
- 12) copy is also known as reason why copy in advertisement?
 - a) Hard sell b) Soft sell c) Testimonial d) taglines

Q.1(B) State Whether the following statements are true OR false: (Any 10) (10)

- 1) Magazines as a medium allow more selectivity of target market.
- 2) Radio as a medium has the advantage of grabbing attention while the consumer is engaged in other activities.
- 3) Television is more interactive than the print media.
- 4) Print media such as newspapers and magazines allow for limited exposure.
- 5) Media planning is time consuming.
- 6) Target audience is defined in a geographical area.
- 7) Steady strategy is not popular with advertisers.
- 8) Flighting strategy of media scheduling has periods of no advertising.
- 9) Story boards are necessary to create out of home advertising.
- 10) Photographs are more believable in "before and after advertisements".
- 11) Descriptive copy is suitable for financial product advertisements.
- 12) Body copy is considered soul of advertising.

Q.2 Answer ANY TWO of the following:

(15)

- 1) What are the advantages of newspaper advertising?
- 2) What are the advantages of Digital advertising?
- 3) State the need and functions of media research.

Q.3 Answer ANY TWO of the following:

(15)

- 1) Discuss the steps in planning advertising campaign.
- 2) Explain the task method of setting advertising budget.
- 3) What are the factors to be considered in advertising media selection?

Q.4 Answer ANY TWO of the following:

(15)

- 1) Discuss the concept and importance of creativity in advertising.
- 2) Explain the features of selling points.
- 3) What are the advantages of celebrity endorsements?

Q.5 Answer ANY TWO of the following:

(15)

- 1) What are the different types of copy in advertising?
- 2) What are the principles of effective layout in print advertisements?
- 3) Discuss the steps in consumer jury test.

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

(20)

- 1) Advantages of Television advertising
- 2) Communication objectives
- 3) Types of buying motives
- 4) Types of Illustrations
- 5) DAGMAR model
- 6) Media objectives

(३ तास)

(मराठी रूपांतर)

एकूण गुण : १००

सूचना : १) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र १ अ) खालील पर्यायामधून योग्य पर्याय निवडा (कोणतेही दहा) :-

(१०)

- १) मासिके ही प्रकारची प्रकाशने आहेत.
अ) नियतकालिक ब) नियमित क) दररोज ड) वारंवार
- २) विदाचोरी सामान्यपणे माध्यमात असते.
अ) डिजिटल ब) छापील क) प्रसारण ड) बहिर्गत
- ३) ABC भारतात पासून कार्यरत आहे.
अ) १९४८ ब) १९४५ क) १९५० ड) १९८६
- ४) दूरदर्शन च्या जाहिराती स्वीकारत नाही.
अ) चिट फंड ब) प्रवासी अभिकारत क) विमा कंपन्या ड) बँका
- ५) हे जाहिरात मोहिमेचे नियोजन करण्यासाठी आवश्यक असते.
अ) सातत्य ब) प्रसिद्ध व्यक्ती क) सर्वेक्षण ड) संशोधन
- ६) DAGMAR प्रारूपामधील दुसरे संप्रेषण लक्ष्य आहे.
अ) जागरूकता ब) कृती क) संशोधन माहिती ड) विकास
- ७) हे माध्यम नियोजन धोरण शॅम्पूच्या ब्रँडसाठी योग्य आहे.
अ) स्थिर जाहिराती ब) प्रभावक क) हंगामी ड) अवकाळी
- ८) माध्यम नियोजन माध्यमांना मदत _____ करते.
अ) निवड ब) ओळख क) अभ्यास ड) संशोधन
- ९) युनिक सेलिंग प्रपोजिशनमध्ये घटक समाविष्ट असतात.
अ) एकल विक्री कल्पना ब) द्वि विक्री कल्पना क) एकाधिक कल्पना ड) शून्य कल्पना
- १०) मध्यमवर्गीय कुटुंबा द्वारे पहिल्यांदा चार चाकी वाहन खरेदी करणे हे म्हणून गणले जाते.
अ) उच्च सहभाग ब) कमी सहभाग क) मध्यम ड) कमी
- ११) हे भाषेच्या अडथळ्यावर मात करण्यास मदत करते.
अ) चित्रण ब) मथळा क) मुख्य भागाची प्रत ड) मथळा
- १२) ह्या प्रतिस जाहिरातीमध्ये प्रती करण्याचे कारण असेही म्हणतात?
अ) छापील विक्री ब) डिजिटल विक्री क) प्रशंसापत्र ड) मथळा वाक्य

प्र.१ ब) खालील विधाने सत्य कि असत्य ते सांगा (कोणतेही १०)

(१०)

- १) माध्यम म्हणून मासिके लक्ष्य बाजाराची एकाधिक निवड करण्यास अनुमती प्रदान करते.
- २) रेडिओ हे माध्यम म्हणून जेव्हा ग्राहक इतर कामांमध्ये गुंतलेला असतात तेव्हा त्यांचे लक्ष वेधून घेण्यास मदत करते.
- ३) मुद्रित माध्यमांपेक्षा दूरदर्शन अधिक संवादी आहे.
- ४) वर्तमानपत्रे आणि मासिके यांसारखी छापील माध्यमे मर्यादित प्रदर्शनास परवानगी देतात.
- ५) माध्यमांचे नियोजन वेळखाऊ असते.
- ६) लक्षित प्रेक्षक भौगोलिक क्षेत्रामध्ये परिभाषित केले जातात.
- ७) स्थिर धोरण जाहिरातदारांमध्ये लोकप्रिय नसते.
- ८) माध्यम नियोजन धोरणामध्ये जाहिरातीस पुरेसी मुदत नसते.
- ९) बहिर्गत जाहिराती तयार करण्यासाठी कथानक फलक आवश्यक असते.
- १०) छायाचित्रे "जाहिरातीच्या सुरुवातीस व अंति" अधिक विश्वासाई असतात.
- ११) वर्णनात्मक प्रत वित्तीय उत्पादनांच्या जाहिरातीसाठी योग्य असते.
- १२) छापील प्रत ही जाहिरातीचा आत्मा मानली जाते.

प्र.२. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा .

(१५)

- १) वृत्तपत्र जाहिरातीचे फायदे स्पष्ट करा.
- २) इंटरनेट जाहिरातीचे फायदे स्पष्ट करा.
- ३) माध्यम संशोधनाची गरज आणि कार्ये स्पष्ट करा.

प्र.३. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा .

(१५)

- १) जाहिरात मोहीम नियोजनातील विविध पायऱ्या स्पष्ट करा.
- २) जाहिरात अंदाजपत्रकातील लक्ष्य पद्धती स्पष्ट करा.
- ३) जाहिरात माध्यमांची निवड करताना कोणते घटक लक्षात घ्यावे लागतात.

प्र.४. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा .

(१५)

- १) जाहिरातीतल क्रियाशीलता व महत्त्व स्पष्ट करा.
- २) विक्रीय बिंदूचे विविध वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
- ३) नामांकित व्यक्तिमत्त्वांचे जाहिरातीतील फायदे स्पष्ट करा.

प्र.५. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा .

(१५)

- १) जाहिरात मजकूराचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.
- २) छापील जाहिरातीतील प्रभावी आराखड्यातील विविध तत्वे कोणती आहेत?
- ३) ग्राहक मंडळ चाचणी पद्धती प्रक्रिया स्पष्ट करा.

प्र.६. टीपा लिहा. (कोणत्याही ०४)

(२०)

- | | | |
|------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| १) दूरदर्शन जाहिरातीचे फायदे | २) संवादाची विविध उद्दिष्ट्ये | ३) खरेदी उद्दिष्ट्ये व प्रकार |
| ४) जाहिरात चित्रांचे प्रकार | ५) DAGMAR मॉडेल | ६) माध्यमांची विविध उद्दिष्ट्ये |
