

[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 Multiple Choice Questions: (10)

(A) Fill in the blanks choosing the correction option (Answer Any 10 Questions):

- 1) Interactive media can be best described as _____.
- (a) Media that allow two-way messages between company and consumer
 - (b) Marketing Mix
 - (c) Marketing Communications Mix
 - (d) Customized Marketing Messages
- 2) A _____ is a time-table showing dates and timing of execution of the advertising campaign in media.
- (a) Media schedule
 - (b) Marketing research
 - (c) Solicitations
 - (d) Media buying
- 3) _____ advertising focuses on touting the benefits, ideas, or philosophies of your business, or its entire industry, to enhance or repair its reputation rather than selling a product or service.
- (a) Political
 - (b) Rural
 - (c) Green
 - (d) Institutional

4) “Advertising is any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods and services by an identified person”.

Who stated this?

- (a) Australian marketing Association
- (b) European marketing Association
- (c) American marketing Association
- (d) Indian marketing Association

5) Advertising targeted to individuals, who buy or influence the purchase of industrial goods or services for their companies is known as _____ advertising.

- (a) Consumer
- (b) Business-to-Business
- (c) Trade
- (d) Professional

6) _____ 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

7) _____ is a presentation by advertising agency people to a prospective account.

- (a) Client Servicing
- (b) Accreditation
- (c) Creative Pitch

(d) Client Turnover

8) _____ is responsible for managing communication with the media, consumers, employees, investors, the general public and writing press releases to promote products or other company news.

(a) Copywriter

(b) Brand Manager

(c) Media Buyer

(d) Public Relations

9) Advertisement is a mass communication. It addresses to masses and it's a form of _____ communication.

(a) Personal

(b) Non-personal

(c) Direct

(d) Indirect

10) _____ creates a differentiation in the minds of customers and makes it a choice above the others in the same product class.

(a) Brand image

(b) Brand awareness

(c) Media selection

(d) Brand Loyalty

11) _____ of the Act grants consumers the right to be informed about the quality, quantity, potency, purity, standard and price of goods or services, as the case may be so as to protect the consumer against unfair trade practices.

(a) Section 2 (r)

- (b) Section 5
- (c) Section 6
- (d) Rule 7

12) The primary goal of an integrated marketing communications program is to _____.

- (a) have complete control over all the channel partners in the distribution channel and to slow down the rate of diffusion of a new product among the customers.
- (b) create a strong distribution network, via marketing, that is capable of destabilizing any competition.
- (c) communicate with customers primarily through mass-media advertising.
- (d) have a company's entire marketing and promotional activities project a consistent, unified image to its customers.

(B) State whether TRUE or FALSE (Answer **Any 10** Questions):

(10)

- 1) Celebrity Advertising also known as “guerrilla advertising” is a unique kind of advertising in which a product or a particular brand is incorporated in some entertainment and media channels like movies, television shows or even sports.
- 2) The choice of medium of advertisement depends on the contents of the message.
- 3) The purpose of the Consumer Complaints Council (CCC) is to ensure that every advertisement is a responsible advertisement. All advertising must be legal, decent, honest and truthful and respect the principles of fair competition, so that the public can have confidence in advertising.
- 4) The research department functions before and after a commercial is made for pre-testing and post-testing its effectiveness.

- 5) An advantage of publicity over other forms of promotion is its credibility.
- 6) Brand awareness helps a brand to achieve a unique position that makes it stand out among the crowd and give it a sort of exclusivity.
- 7) Mass media requires pretty much zero customer involvement and all that it asks for the customer to do is to listen.
- 8) Business-to-business advertising is limited to industrial goods; services such as insurance and finance and banking are not included in this category.
- 9) Client turnover has negative effect on the agency as it adversely affects its image and also its revenue.
- 10) Sales promotions targeted at the ultimate users of a product, such as sampling, coupons, contests or sweepstakes as part of trade – oriented sales promotion.
- 11) Under the cost-plus system, the agency pays the bill on behalf of the advertiser during its difficult period.
- 12) The Australia Association of Advertising Agencies has defined an advertising agency an independent business organization, composed of creative and business people who develop, prepare and place advertising on advertising media for sellers seeking to find customers for their goods and services.

Q.2 Answer **Any Two** of the following questions: **(15)**

- A) What do you mean by Integrated Marketing Communication (IMC)? State various Elements of IMC.
- B) State different Features of Advertising.
- C) Write about the various types of advertising with suitable examples.

- Q.3** Answer **Any Two** of the following questions: **(15)**
- A) Define Creative Pitch and Explain the steps involved in preparing a creative pitch.
 - B) State different Career Options in Advertising.
 - C) Define Advertising Agencies. Also, state different types of Advertising agencies.
- Q.4** Answer **Any Two** of the following questions: **(15)**
- A) Discuss the Ethical and Social Issues in Advertising.
 - B) What is PRO BONO ADVERTISING (Social advertising)? State its advantages.
 - C) Explain the importance of self-regulation laws in consumer's protection.
- Q.5** Answer **Any Two** of the following questions: **(15)**
- A) Explain the role of advertising in developing brand image?
 - B) What is Green advertising? What are its features?
 - C) Explain the features of rural marketing.
- Q.6** Write short notes on **Any Four** of the following: **(20)**
- A) AIDA MODEL
 - B) Role of Advertising in Marketing Mix
 - C) Media buying services
 - D) Agency Accreditation
 - E) Benefits of Advertising to the Customers
 - F) Corporate Image Advertising

[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 A. खाली दिलेल्या पर्यायातून सर्वात योग्य उत्तर निवडा. (बारा पैकी कोणतेही दहा) (१०)

१) परस्परसंवादी माध्यमांचे उत्तम वर्णन _____ असे केले जाऊ शकते.

(a) मीडिया जे कंपनी आणि ग्राहक यांच्यातील द्वि-मार्ग संदेशांना अनुमती देतात

(b) विपणन मिश्रण

(c) मार्केटिंग कम्युनिकेशन्स मिक्स

(d) सानुकूलित विपणन संदेश

२) _____ हे माध्यमांमध्ये जाहिरात मोहिमेच्या अंमलबजावणीच्या तारखा आणि वेळ दर्शविणारे एक

वेळापत्रक आहे.

- (a) मीडिया शेड्यूल
- (b) विपणन संशोधन
- (c) विनंत्या
- (d) मीडिया खरेदी

३) _____ जाहिराती एखादे उत्पादन किंवा सेवा विकण्याऐवजी त्याची प्रतिष्ठा वाढवण्यासाठी किंवा दुरुस्त करण्यासाठी आपल्या व्यवसायाचे फायदे, कल्पना किंवा तत्त्वज्ञान किंवा त्याच्या संपूर्ण उद्योगावर लक्ष केंद्रित करते.

- (a) राजकीय
- (b) ग्रामीण
- (c) हरित
- (d) संस्थात्मक

४) "जाहिरात हा एखाद्या ओळखीच्या व्यक्तीद्वारे वैयक्तिक नसलेले सादरीकरण आणि कल्पना, वस्तू आणि सेवांच्या जाहिरातीचा कोणताही सशुल्क प्रकार आहे". हे कोणी सांगितले?

- (a) ऑस्ट्रेलियन मार्केटिंग असोसिएशन
- (b) युरोपियन मार्केटिंग असोसिएशन
- (c) अमेरिकन मार्केटिंग असोसिएशन
- (d) इंडियन मार्केटिंग असोसिएशन

५) व्यक्तींना लक्षित केलेल्या जाहिराती, जे त्यांच्या कंपन्यांसाठी औद्योगिक वस्तू किंवा सेवा खरेदी करतात किंवा प्रभावित करतात त्यांना _____ जाहिरात म्हणून ओळखले जाते.

- (a) ग्राहक
- (b) व्यवसाय ते व्यवसाय
- (c) व्यापार

(d) व्यावसायिक

६) _____ 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

७) _____ हे जाहिरात एजन्सीच्या लोकांकडून संभाव्य खात्यासाठी सादरीकरण आहे.

(a) ग्राहक सेवा

(b) मान्यता

(c) क्रिएटिव्ह पिच

(d) क्लायंट टर्नओव्हर

८) _____ मीडिया, ग्राहक, कर्मचारी, गुंतवणूकदार, सामान्य लोक यांच्याशी संप्रेषण व्यवस्थापित करण्यासाठी आणि उत्पादने किंवा कंपनीच्या इतर बातम्यांचा प्रचार करण्यासाठी प्रेस रिलिझ लिहिण्यासाठी जबाबदार आहे.

(a) कॉपीरायटर

(b) ब्रँड व्यवस्थापक

(c) मीडिया खरेदीदार

(d) जनसंपर्क

९) जाहिरात हे जनसंवाद आहे. हे जनतेला संबोधित करते आणि ते _____ संप्रेषणाचे एक रूप आहे.

(a) वैयक्तिक

- (b) वैयक्तिक नाही
- (c) थेट
- (d) अप्रत्यक्ष

१०) _____ ग्राहकांच्या मनात भेदभाव निर्माण करतो आणि त्याच उत्पादन वर्गातील इतरांपेक्षा अधिक निवड करतो.

- (a) ब्रँड प्रतिमा
- (b) ब्रँड जागरूकता
- (c) माध्यम निवड
- (d) ब्रँड लॉयल्टी

११) अनुचित व्यापार पद्धतींपासून ग्राहकांचे संरक्षण करण्यासाठी) कायद्याचा _____ ग्राहकांना वस्तू किंवा सेवांची गुणवत्ता, प्रमाण, सामर्थ्य, शुद्धता, मानक आणि किंमत याविषयी माहिती देण्याचा अधिकार प्रदान करतो.

- (a) कलम 2(r)
- (b) कलम 5
- (c) कलम 6
- (d) नियम 7

१२) एकात्मिक विपणन संप्रेषण कार्यक्रमाचे प्राथमिक ध्येय _____ हे आहे.

- (a) वितरण चॅनेलमधील सर्व चॅनेल भागीदारांवर पूर्ण नियंत्रण असणे आणि ग्राहकांमध्ये नवीन उत्पादनाच्या प्रसाराचा वेग कमी करणे.
- (b) विपणनाद्वारे एक मजबूत वितरण नेटवर्क तयार करा, जे कोणत्याही स्पर्धेला अस्थिर करण्यास सक्षम आहे
- (c) ग्राहकांशी प्रामुख्याने मास-मीडिया जाहिरातींद्वारे संवाद साधणे.
- (d) कंपनीचे संपूर्ण विपणन आणि प्रचारात्मक क्रियाकलाप त्याच्या ग्राहकांसमोर एक सुसंगत, एकरूप प्रतिमा प्रक्षेपित करा.

(१०)

(ब) चूक कि बरोबर ते सांगा (कोणत्याही १० प्रश्नांची उत्तरे द्या):

१) "गनिमी जाहिरात" म्हणून ओळखल्या जाणाऱ्या सेलिब्रिटी जाहिराती ही एक विशिष्ट प्रकारची जाहिरात आहे ज्यामध्ये काही मनोरंजन आणि चित्रपट, दूरदर्शन शो किंवा अगदी क्रीडा यांसारख्या मीडिया चॅनेलमध्ये उत्पादन किंवा विशिष्ट ब्रँड समाविष्ट केला जातो.

२) जाहिरातीच्या माध्यमाची निवड संदेशातील मजकुरावर अवलंबून असते.

३) ग्राहक तक्रार परिषद (CCC) चा उद्देश प्रत्येक जाहिरात एक जबाबदार जाहिरात आहे याची खात्री करणे हा आहे. सर्व जाहिराती कायदेशीर, सभ्य, प्रामाणिक आणि सत्य असणे आवश्यक आहे आणि निष्पक्ष स्पर्धेच्या तत्वांचा आदर करणे आवश्यक आहे, जेणेकरून लोकांना जाहिरातींवर विश्वास बसेल.

४) संशोधन विभाग व्यावसायिक तयार होण्यापूर्वी आणि नंतर त्याची पूर्व-चाचणी आणि चाचणी नंतरची परिणामकारकता तपासण्यासाठी कार्य करतो.

५) प्रचाराच्या इतर प्रकारांपेक्षा प्रसिद्धीचा फायदा म्हणजे त्याची विश्वासार्हता.

६) ब्रँड जागरूकता ब्रँडला एक अनन्य स्थान प्राप्त करण्यास मदत करते ज्यामुळे तो गर्दीमध्ये वेगळा बनतो आणि त्याला एक प्रकारची अनन्यता देतो.

७) मास मीडियाला ग्राहकांच्या सहभागाची फारशी गरज नसते आणि ते ग्राहकांना ऐकायला सांगतात .

८) व्यवसाय-ते-व्यवसाय जाहिराती औद्योगिक वस्तुपुरत्या मर्यादित आहेत; विमा आणि वित्त आणि बँकिंग यांसारख्या सेवांचा या वर्गात समावेश नाही.

९) क्लायंटच्या बदलू वृत्तीचा एजन्सीवर नकारात्मक प्रभाव पडतो कारण त्याचा त्याच्या प्रतिमेवर आणि

महसूलावरही विपरित परिणाम होतो.

१०) व्यापाराचा एक भाग म्हणून सॅम्पलिंग, कूपन, स्पर्धा किंवा स्वीपस्टेक - ओरिएंटेड विक्री प्रमोशन. उत्पादनाच्या अंतिम वापरकर्त्यांना लक्षित केलेल्या विक्री जाहिराती केल्या जातात.

११) कॉस्ट-प्लस सिस्टम अंतर्गत, एजन्सी जाहिरातदाराच्या वतीने त्याच्या कठीण काळात बिल भरते.

१२) ऑस्ट्रेलिया असोसिएशन ऑफ अॅडव्हर्टायझिंग एजन्सीजने जाहिरात एजन्सी ही एक स्वतंत्र व्यवसाय संस्था परिभाषित केली आहे, जी सर्जनशील आणि व्यावसायिक लोकांची बनलेली असते जी त्यांच्या वस्तू आणि सेवांसाठी ग्राहक शोधू पाहणाऱ्या विक्रेत्यांसाठी जाहिरात माध्यमांवर जाहिरात तयार करतात.

प्र. २ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या: (१५)

अ) इंटीग्रेटेड मार्केटिंग कम्युनिकेशन (IMC) म्हणजे काय? IMC चे विविध घटक सांगा.

ब) जाहिरातीची विविध वैशिष्ट्ये सांगा.

क) विविध प्रकारच्या जाहिरातींबद्दल योग्य उदाहरणांसह लिहा.

प्र. ३ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या: (१५)

अ) सर्जनशील पिच ची व्याख्या करा आणि सर्जनशील खेळपट्टी तयार करण्याच्या चरणांचे स्पष्टीकरण द्या.

ब) जाहिरातीमध्ये विविध करिअर पर्याय सांगा.

क) जाहिरात एजन्सी परिभाषित करा. तसेच, विविध प्रकारच्या जाहिरात एजन्सी सांगा.

प्र. ४ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या: (१५)

अ) जाहिरातीतील नैतिक आणि सामाजिक समस्यांवर चर्चा करा.

ब) प्रो बोनो अॅडव्हर्टायझिंग (सामाजिक जाहिरात) म्हणजे काय? त्याचे फायदे सांगा.

क) ग्राहकांच्या संरक्षणातील स्वयं-नियमन कायदांचे महत्त्व स्पष्ट करा.

- प्र. ५ खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे द्या: (१५)
- अ) ब्रँड प्रतिमा विकसित करण्यात जाहिरातीची भूमिका स्पष्ट करा?
- ब) ग्रीन जाहिरात म्हणजे काय? त्याची वैशिष्ट्ये काय आहेत?
- क) ग्रामीण विपणनाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.
- प्र. ६ खालील पैकी कोणत्याही चारवर टिपा लिहा (२०)
- अ) AIDA मॉडेल
- ब) मार्केटिंग मिक्समध्ये जाहिरातीची भूमिका
- क) मीडिया खरेदी सेवा
- ड) एजन्सी मान्यता
- ई) ग्राहकांना जाहिरातींचे फायदे
- फ) कॉर्पोरेट प्रतिमा जाहिरात