

- N.B.** 1. All questions are compulsory
2. Figures to the right indicate full marks

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

- (i) Email marketing is _____ of a commercial message to a group of people using email.
 - a) Direct marketing
 - b) Indirect Marketing
 - c) Pyramid Marketing
 - d) None of these
- (ii) _____ includes Akashwani and Doordarshan as its two constituents.
 - a) ASCI
 - b) IMB
 - c) Prasar Bharati
 - d) IBM
- (iii) _____ is digital audio files such as an MP3 that users download to a computer or personal media player
 - a) Pop ups
 - b) Podcast
 - c) Web Banners
 - d) Button
- (iv) _____ is an appropriate medium to advertise to middle class house wives.
 - a) Internet
 - b) outdoor
 - c) television
 - d) none of these
- (v) _____ is necessary for planning the advertising campaign.
 - a) Continuity
 - b) celebrity
 - c) research inputs
 - d) all of these
- (vi) _____ is the second communication goal in the DAGMAR model.
 - a) Action
 - b) awareness
 - c) survey
 - d) comprehension
- (vii) The term "Unique selling Proposition" was coined by _____ of Ted Bates & Company.
 - a) Rosser Reeves
 - b) Peter Drucker
 - c) Daniel Brecht
 - d) Henry Fayol
- (viii) _____ is not one of the visualization techniques.
 - a) Meditation
 - b) Arguments
 - c) Brain storming
 - d) Observation
- (ix) _____ is an example of low involvement product.
 - a) Jewellery
 - b) Automobiles
 - c) Houses
 - d) None of these
- (x) Endorsers in ads include _____.
 - a) celebrities
 - b) satisfied customers
 - c) CEO of companies
 - d) All of these
- (xi) The name for radio ads is _____.
 - a) music
 - b) jingle
 - c) insertion
 - d) story board
- (xii) A layout that has no balance is called _____.
 - a) formal
 - b) scattered
 - c) Informal
 - d) untidy

(B) State whether the following statements are true OR false: (Any Ten) (10)

- a) Print media such as newspapers and magazines allow for limited exposure.
- b) Promotional tie-ups become an instant hit because they add to the revenues and cut down the costs of advertisement.
- c) No advertisements should promise any medical product that guarantees slimming, weight reduction or figure control.
- d) Big firms spend less on Advertising.
- e) Flighting strategy of media scheduling has periods of no advertising.
- f) Media vehicle refers to transit advertising.
- g) Fear appeal is a negative emotional appeal.
- h) Meditation is a technique of visualization.
- i) Creativity makes the advertisement memorable.
- j) Copywriting is considered the soul of advertising.
- k) It is not necessary to test advertising campaigns after they are telecast on television.
- l) Storyboards are necessary to create Out of Home advertising.

2. Answer ANY TWO of the following: (15)

- a) What are the advantages of the broadcast media?
- b) Discuss the limitations of the digital media.
- c) Explain the importance of media research.

3. Answer ANY TWO of the following: (15)

- a) Explain the steps in the planning of advertising campaign.
- b) What are the methods of setting the advertising budget?
- c) Discuss the factors to be considered while selecting media for advertising.

4. Answer ANY TWO of the following: (15)

- a) What is creativity in advertising? Explain its importance.
- b) Explain the meaning of advertising appeals. What are the different types of appeals?
- c) Distinguish between high involvement and low involvement products.

5. Answer ANY TWO of the following: (15)

- a) What are the essentials of copywriting?
- b) Describe execution styles used in television advertising.
- c) Explain the meaning and the objectives of pre-testing advertising.

6. Write short notes on ANY FOUR of the following: (20)

- a) Doordarshan code
- b) Audit Bureau of Circulation (ABC)
- c) Selling Points
- d) DAGMAR Model
- e) Media Objectives
- f) Concept of storyboard

- मराठी रुपांतर

१(अ) खाली दिलेल्या पर्यायापैकी योग्य पर्यायी उत्तराची निवड करा. (कोणतेही दहा) (१०)

- १) ईमेल विपणन हे आहे ज्याद्वारे ईमेलचा उपयोग करून लोकसमुहाला व्यावसायिक संदेश देण्यात येतो.

अ) प्रत्यक्ष विपणन	ब) अप्रत्यक्ष विपणन
क) त्रिशंकू विपणन	ड) यापैकी नाही
- २) चे आकाशवाणी आणि दूरदर्शन हे दोन घटक आहेत.

अ) ए.एस.सी.आय.	ब) आय.एम.बी.
क) प्रसार भारती	ड) आय.बी.एम.
- ३) ही एक डिजिटल ऑडिओ फाईल आहे जसे एम.पी.३, जी उपयोगकर्ता आपल्या कॉम्प्युटरवर किंवा वैयक्तिक मिडिया प्लेअरवर डाउनलोड करू शकतो.

अ) पॉप अप	ब) पॉडकास्ट
क) वेब बॅनर	ड) बटन
- ४) हे मध्यमवर्गीय गृहिणीकरीता जाहिरात करण्याचे योग्य माध्यम आहे.

अ) इंटरनेट	ब) बाह्य माध्यमे
क) दूरचित्रवाणी	ड) यापैकी नाही
- ५) हे जाहिरात मोहिम नियोजनातील आवश्यक बाब आहे.

अ) सातत्यता	ब) नामांकित व्यक्ति
क) सर्वेक्षण	ड) यापैकी सर्व
- ६) हे डागमर मॉडेलमधील दुसरे संदेशवहनाचे ध्येय आहे.

अ) कृती	ब) जागृतता
क) सर्वेक्षण	ड) व्याप्ती
- ७) टेड बेट्स अँड कंपनीचे यांनी विशिष्ट विक्री प्रस्ताव संकल्पना मांडली.

अ) रॉसर रिक्वज	ब) पीटर ड्रकर
क) डॅनियल ब्रेच	ड) हेनरी फेयॉल
- ८) हे एक दृकप्रतिमा निर्मितीचे तंत्र नाही.

अ) मेडिटेशन	ब) युक्तीवाद
क) बुद्धीमंथन करणे	ड) निरीक्षण
- ९) हे कनिष्ठ सहभाग उत्पादनाचे उदाहरण आहे.

अ) दागिणे	ब) मोटार गाड्या
क) घरे	ड) यापैकी नाही
- १०) जाहिरातीतील पृष्ठांकनकर्ता यात चा अंतर्भाव होतो.

अ) नामांकित व्यक्ती	ब) समाधानी ग्राहक
क) कंपनीचे मुख्य कार्यकारी अधिकारी	ड) यापैकी सर्व

- ११) रेडिओ जाहिरातीला नाव आहे.
 अ) संगित ब) गीत
 क) अंतर्भाव ड) स्टोरी बोर्ड
- १२) आराखडा ज्याला समन्वय नाही त्याला.....म्हणतात.
 अ) औपचारिक ब) विखुरलेले
 क) अनौपचारिक ड) अस्पष्ट

१(ब) खालील दिलेली वाक्ये स्वरे की खोटे ते लिहा (कोणतेही दहा) (१०)

- १) वर्तमानपत्रे, मासिके यासारख्या छापील माध्यमांचा मर्यादित व्याप्तीकरीता उपयोग होतो.
- २) विक्रयवृद्धी एकत्रिकरणाला ताबडतोब प्रतिसाद मिळतो कारण ते जाहिरात खर्च कमी करून मिळकतीला प्राधान्य देते.
- ३) बारिक होणे, वजन कमी करणे किंवा शरीरयष्टी नियंत्रण करणे याकरीता कोणत्याही जाहिराती औषधी वस्तुंद्वारे हमी प्रस्ताव दिल्या जाऊ नये.
- ४) मोठ्या संस्था जाहिरातीवर कमी खर्च करतात.
- ५) माध्यम वेळापत्रक डावपेचातील ठराविक कालावधी या प्रकारात ठराविक कालावधीत जाहिरात करण्यात येत नाही.
- ६) फिरत्या वाहनावरील जाहिरातीला माध्यम वाहन म्हणले जाते.
- ७) भितीयुक्त आवाहनाला नकारात्मक भावनिक आवाहन आहे.
- ८) मेडिटेशन हे दृक्प्रतिमेचे तंत्र आहे.
- ९) सर्जनशीलता ही जाहिरातीला स्मरणात ठेवते.
- १०) जाहिरात मजकूर ह्या जाहिरातीचा आत्मा मानला जातो.
- ११) जाहिरात दूरचित्रवाणीवर प्रक्षेपित झाल्यानंतर जाहिरात चाचणी मोहिम राबविण्याची आवश्यकता नसते.
- १२) बाह्य जाहिरातीकरीता स्टोरीबोर्ड हे आवश्यक आहे.

२. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)

- अ) प्रक्षेपण माध्यमाचे फायदे कोणते?
- ब) डिजीटल माध्यमांच्या मर्यादांची चर्चा करा.
- क) माध्यम संशोधनाचे महत्व स्पष्ट करा.

३. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)

- अ) जाहिरात मोहिम नियोजनाचे टप्पे स्पष्ट करा.
- ब) जाहिरात अंदाजपत्रक ठरविण्याच्या पद्धती कोणत्या?
- क) जाहिरातीकरीता माध्यमांची निवड करताना विचारात घ्यावयाच्या घटकांची चर्चा करा.

४. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)
- अ) जाहिरातीतील सर्जनशीलता म्हणजे काय? जाहिरातीतील सर्जनशीलतेचे महत्व स्पष्ट करा.
- ब) जाहिरातीतील आवाहनाचा अर्थ स्पष्ट करा. जाहिरातीतील विविध आवाहने कोणती?
- क) उच्च सहभाग उत्पादने व कनिष्ठ सहभाग उत्पादने यात फरक करा.
५. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)
- अ) जाहिरात मजकूरातील आवश्यक बाबी कोणत्या?
- ब) दूरचित्रवाणी जाहिरातीत उपयोगात येणाऱ्या कार्यवाहीत्मक शैलीचे वर्णन करा.
- क) जाहिरातीची प्रसारणपूर्व चाचणीचा अर्थ व उद्दिष्टे स्पष्ट करा.
६. खालीलपैकी कोणत्याही चार संक्षिप्त टीप लिहा. (२०)
- अ) दूरदर्शन नियमावली
- ब) ऑडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन (एबीसी)
- क) विक्रय बिंदू
- ड) डागमर मॉडेल
- इ) माध्यम उद्दिष्टे
- झ) स्टोरीबोर्ड संकल्पना
