

[Time: 3 Hours]

[ Marks: 100]

- 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) \_\_\_\_\_ media scheduling strategy is suitable for a brand of shampoo.  
 a) Bursting                      b) Seasonal                      c) Steady advertising      d) None of these
- (ii) \_\_\_\_\_ medium has greatest flexibility in terms of modifying advertisements.  
 a) Film                              b) Magazine                      c) Television                      d) Outdoor
- (iii) \_\_\_\_\_ method of fixing advertising budget is suitable for small firms.  
 a) Percentage of sales                      b) Competitive parity  
 c) All you can afford method                      d) All of these
- (iv) Out-of- home advertising is suitable to achieve \_\_\_\_\_.  
 a) Global reach                      b) National reach                      c) Local reach                      d) Regional reach
- (v) \_\_\_\_\_ is a step in media planning.  
 a) Media scheduling                      b) Media clutter  
 c) Deciding the theme                      d) Deciding the creative pitch
- (vi) \_\_\_\_\_ is essential for the creative process in advertising.  
 a) Media research                      b) Colour combinations                      c) Ideas                      d) Communication
- (vii) Visualization is a mental process in which the creative team is led by the \_\_\_\_\_.  
 a) Cameraman                      b) Accounts Manager                      c) Art director                      d) Media Director
- (viii) 'Dimag Ki Batti Jala De' slogan is used for \_\_\_\_\_ brand.  
 a) Mentos                              b) Colgate                              c) Flipkart                              d) All of these
- (ix) A woman buying her wedding sari is an example of \_\_\_\_\_ Product.  
 a) Low involvement                      b) High involvement  
 c) Casual involvement                      d) All of these
- (x) 'Unique Selling Proposition' involves \_\_\_\_\_.  
 a) one selling idea                      b) several selling ideas  
 c) two selling ideas                      d) all of these
- (xi) \_\_\_\_\_ is a catchy element of an advertisement that helps consumers' remember the brand.  
 a) Slogan                              b) Headline                              c) Caption                              d) Body copy
- (xii) \_\_\_\_\_ type of copy is used by Cadbury's "Kuch Meetha Ho Jaye" campaign.  
 a) Educational                              b) Humorous                              c) Soft Sell                              d) Hard Sell

**Turn Over**

**(B) State whether the following statements are True OR False: (ANY TEN) (10)**

- a) Magazines as a medium allow more selectivity of target market.
- b) Radio as a medium has the advantage of grabbing attention while the consumer is engaged in other activities.
- c) Television is more interactive than the print media
- d) DAGMAR model regulates advertising
- e) A Selling Point is a quality or feature that can create disinterest in a product or service.
- f) The products which are available near the check-out counter in a mall are called high involvement products.
- g) Divergent thinking is helpful for Visualisation.
- h) Recent Five Star chocolate advertisements are an example of humour appeal.
- i) Story boards are used for creating an advertisement on You Tube.
- j) Photographs are more believable in 'before and after advertisements'.
- k) Descriptive copy is suitable for financial product advertisements.
- l) All advertising campaigns need to be tested.

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

- a) Explain the limitations of Print advertising.
- b) Discuss the advantages of internet advertising.
- c) Write in brief about the Doordarshan Code for advertisers.

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

- a) What are the steps while planning the advertising campaign?
- b) Discuss briefly the factors affecting an advertising budget.
- c) 'There are several aspects to be considered while selecting media for advertising.' Discuss

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

- a) Elaborate on the concept of Creative Brief in advertising with the help of any one practical example.
- b) Describe the various types of buying motives.
- c) Explain the various limitations of celebrity endorsements in advertising.

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

- a) Discuss briefly the importance of jingles and music used in advertising
- b) What are the principles of effective layout in print advertisements?
- c) Examine the different methods of pre-testing advertising.

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

- a) Media objectives
- b) Media scheduling strategies
- c) DAGMAR model
- d) Appeals
- e) Any 6 elements of copy
- f) Any 5 types of execution styles used in advertising.

## - मराठी रुपांतर -

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

- १) ..... माध्यम कार्यवेळापत्रक डावपेच शॉम्पूच्या बोधनामांकनाकरीता योग्य आहे.  
 अ) अल्पकाळात जोरदार प्रयत्न ब) हंगामी  
 क) स्थिर जाहिरात ड) यापैकी नाही
- २) ..... माध्यमात जाहिरातीत बदल करण्याबाबत अतिशय लवचिक असते.  
 अ) चित्रपट ब) मासिके  
 क) दूरचित्रवाणी ड) बाह्य
- ३) ..... ही पद्धत लहान संस्थांकरीता जाहिरात अंदाजपत्रक तयार करण्यासाठी योग्य आहे.  
 अ) विक्री टक्केवारी पद्धत  
 ब) स्पर्धात्मक समानता  
 क) तुम्ही सर्व सहन करू शकता अशी पद्धत  
 ड) यापैकी सर्व
- ४) बाह्य जाहिरात ही ..... प्राप्त करण्याकरीता योग्य आहे.  
 अ) जागतिक पोहोच ब) देशान्तर्गत पोहोच  
 क) स्थानिक पोहोच ड) प्रदेशात्मक पोहोच
- ५) माध्यम नियोजनाचा ..... हा एक टप्पा आहे.  
 अ) माध्यम कार्यवेळापत्रक ब) माध्यमांची गर्दी  
 क) संकल्पना निश्चिती ड) सर्जनशील पिच निश्चिती
- ६) जाहिरातीत सर्जनशील प्रक्रियेसाठी..... ही आवश्यक बाब आहे.  
 अ) माध्यम संशोधन ब) रंगसंगती  
 क) कल्पना ड) संप्रेषण
- ७) दृक्प्रतिमा ही एक मानसिक प्रक्रिया आहे ज्यामध्ये सर्जनशील समुहाला ..... मार्गदर्शन करतो.  
 अ) छायाचित्रकार ब) लेखापाल व्यवस्थापन  
 क) कला दिग्दर्शक ड) माध्यम दिग्दर्शक

- ८) दिमाग की बत्ती जला दे हे घोषवाक्य ..... बोधनामांकनाकरीता वापरण्यात येते.  
 अ) मेंटॉस ब) कोलगेट  
 क) फलीपकार्ट ड) यापैकी सर्व
- ९) एका महिलेने तिच्या लग्नानिमित्त साडी विकत घेतली हे ..... वस्तूचे उदाहरण आहे.  
 अ) कमी सहभाग ब) जास्त सहभाग  
 क) प्रासंगिक सहभाग ड) यापैकी सर्व
- १०) विशिष्ट विक्री प्रस्तावात..... अंतर्भूत असतात.  
 अ) एकक विक्री कल्पना ब) अनेक विक्री कल्पना  
 क) द्वि विक्री कल्पना ड) यापैकी सर्व
- ११) ..... हा जाहिरातीचा लक्षवेधक असा घटक आहे ज्यामुळे ग्राहकाला बोधनामांकनाची आठवण ठेवण्यास मदत होते.  
 अ) घोषवाक्य ब) मथळा  
 क) उपमसुदा ड) मजकूराचा मुख्य भाग
- १२) ..... हा मजकूराचा प्रकार कॅडबरी कंपनीने कुछ मीठा हो जाए या मोहिमेत उपयोगात आणला.  
 अ) शैक्षणिक ब) जीवनाचा भाग  
 क) मृदु विक्री ड) काठिण्य विक्री

१(ब) खाली दिलेली वाक्ये खरे की खोटे ते लिहा (कोणतेही दहा)

(१०)

- १) मासिक हे एक माध्यम आहे जे लक्ष बाजारपेठेच्या निवडीला मान्यता देते.  
 २) ज्यावेळी ग्राहक अन्य कार्यात व्यस्त असतो त्यावेळी माध्यम म्हणून लक्ष वेधून घेण्याचा फायदा देते.  
 ३) दूरचित्रवाणी हे छापील माध्यमापेक्षा जास्त संभाषण निर्मिती करते.  
 ४) डॅंगमर नमुना जाहिरातीचे नियमन करतो.  
 ५) विक्रय बिंदू हा गुणवत्ता किंवा वैशिष्ट्य आहे ज्यामुळे वस्तु किंवा सेवांबाबत नावड निर्माण होऊ शकते  
 ६) मॉलच्या बाह्य तपासणी टेबलांजवळील वस्तूंना उच्च सहभाग वस्तु म्हणतात.  
 ७) विचारातील भिन्नता ही दृक्प्रतिमेला मदत करते.  
 ८) ५ स्टार चॉकलेटची जाहिरात हे विनोदात्मक आवाहनाचे उदाहरण आहे.  
 ९) कथा फलक हे यु ट्यूब वरील जाहिरात तयार करण्याकरीता उपयोगात आणतात.  
 १०) आधी आणि नंतर जाहिरातीतील छायाचित्रणे जास्त विश्वासपूर्ण असतात.  
 ११) वित्तीय वस्तूंच्या जाहिरातीकरीता वर्णनात्मक मजकूर योग्य आहे.  
 १२) सर्वच जाहिरात मोहिमांना चाचणीची गरज असते.

Turn Over

२. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)
- अ) छापील जाहिरातीचे तोटे स्पष्ट करा.
- ब) इंटरनेट जाहिरातीच्या फायद्यांची चर्चा करा.
- क) जाहिरातदारांसाठी दूरदर्शन नियमावली संबंधी विस्तृत लिहा.
३. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)
- अ) जाहिरात मोहिमेचे नियोजन करण्यासाठी कोणत्या पायऱ्या आहेत ?
- ब) जाहिरातीच्या अंदाजपत्रकावर परिणाम करणाऱ्या घटकांची थोडक्यात चर्चा करा.
- क) जाहिरातीसाठी माध्यमांची निवड करताना विविध पैलु विचारात घ्यावे लागतात-चर्चा करा.
४. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)
- अ) जाहिरातीतील सर्जनशील संक्षिप्त ही संकल्पना कोणत्याही एका व्यावहारिक उदाहरणाच्या मदतीने विशद करा.
- ब) खरेदी प्रेरणांच्या विविध प्रकारांचे वर्णन करा.
- क) जाहिरातीतील प्रसिद्ध व्यक्तिद्वारे पृष्ठांकनाच्या विविध मर्यादा स्पष्ट करा.
५. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा. (१५)
- अ) जाहिरातीत वापरण्यात येणारे गाणे व संगीताच्या महत्वांची विस्तृत चर्चा करा.
- ब) छापील जाहिरातीत प्रभावशाली रचनेची मूलतत्त्वे कोणती आहेत ?
- क) जाहिरातपूर्व चाचणीच्या विविध पद्धतींचे मूल्यांकन करा.
६. खालीलपैकी कोणत्याही चार संक्षिप्त टीप लिहा. (२०)
- अ) माध्यम उद्दिष्टे
- ब) माध्यम कार्यवेळापत्रक व्यूहरचना
- क) डॅंगमर मॉडेल
- ड) आवाहने
- इ) मजकूराची कोणतेही सहा घटक
- फ) जाहिरातीत उपयोगात येणाऱ्या कार्यवाही शैलीचे कोणतेही पाच प्रकार.

\*\*\*\*\*