

18/11/19

(2½ Hours)

(Total Marks : 75)

Please check whether you have got the right question paper.

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

1. What challenges and socio cultural factors you will consider while developing International Advertising Strategy with reference to the two countries selected by you to promote the following : (15)

- a) Indian Herbal tea joints
b) Indian Yoga and Meditation Centre

First : Choose any one product/service

Second : Select any two countries from any of the three groups of countries.

The two countries selected cannot be from the same group.

Group A : USA, UK, FRANCE, RUSSIA, GERMANY

Group B : JAPAN, CHINA, BRAZIL, SOUTH KOREA.

Group C : SAUDI ARABIA, QATAR, BAHARIN.

What factors will you keep in mind while developing your Advertising Strategy with reference to the two countries selected by you?

2. Answer the following :
a) Do you think the economic policy of liberalization, privatization and globalization has worked for India? Give relevant examples. (08)
b) Does advertising exploit women in a demeaning way? Comment with examples. (07)
OR
c) Define digital marketing? Explain the importance of digital marketing in contemporary market with examples. (08)
d) Discuss the impact of advertising on children with examples? (07)

3. Answer the following :
a) "Advertising has become an agent of Social Change." Elucidate. (08)
b) Explain political advertisement in context to Indian Elections of 2019. (07)
OR
c) Discuss the difference between B-TO-B advertisements and Industrial advertisements. Explain giving relevant examples. (08)
d) Can advertising change the way we live completely? Justify your answer with relevance to Popular culture and advertisement. (07)

4. Create a Social Marketing Campaign on : (15)
1) Awareness about importance of Mental Health.
OR
2) Spread awareness about tree plantation.

5. Write short notes on (Any Three) : (15)
a) Advertising to senior citizens.
b) Gender prejudices in Advertising.
c) ASCI.
d) Self-regulation in Advertising
e) FEMA.

TVBmm | Sem V | Choice Based

18/11/19

(मराठी रुपांतर)

(२^१/_२ तास)

(एकूण गुण : ७५)

- सूचना : १) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.
३) मूळ इंग्रजी शब्द प्रमाण मानावेत.

१. पुढील उत्पादन किंवा सेवेची जाहिरात मोहीम आखण्यासाठी आपण निवडलेल्या दोन देशांच्या (१५)
संदर्भात आंतरराष्ट्रीय जाहिरात धोरण विकसित करताना आपण कोणती आव्हाने आणि सामाजिक-
सांस्कृतिक घटकांचा विचार करात :

- अ) भारतीय हर्बल चहा
ब) भारतीय योग आणि ध्यान केंद्र

प्रथम : कोणतेही एक उत्पादन / सेवा निवडा

दुसरे : देशांच्या तीन गटांपैकी कोणतेही दोन देश निवडा.

निवडलेले दोन देश एकाच गटातील असू शकत नाहीत.

गट अ : यूएसए, यूके, फ्रान्स, रशिया, जर्मनी

गट ब : जापान, चीन, ब्राझील, दक्षिण कोरिया.

गट सी : सौदी अरेबिया, कतार, बहरिन

आपण निवडलेल्या दोन देशांच्या संदर्भात आपली जाहिरात रणनीती विकसित करताना आपण कोणत्या
गोष्टी लक्षात घेतल्या पाहिजेत?

२. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या :

अ) उदारीकरण, खाजगीकरण आणि जागतिकीकरणाच्या आर्थिक धोरणाने भारतासाठी कार्य केले (०८)
आहे असे तुम्हाला वाटते का? संबंधित उदाहरणे द्या.

ब) जाहिराती स्त्रियांचा शोषण करतात का? उदाहरणांसह टिप्पणी द्या. (०७)
किंवा

क) डिजिटल विपणन परिभाषित करा. समकालीन बाजारात डिजिटल मार्केटींगचे महत्त्व उदाहरणासह (०८)
समजावून सांगा.

ड) मुलांवरील जाहिरातींवरील परिणामाबद्दल उदाहरणासह चर्चा करा. (०७)

३. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या :

अ) जाहिरातबाजी ही सामाजिक परिवर्तनाची एजंट बनली आहे. स्पष्ट करा. (०८)

ब) २०१९ च्या भारतीय निवडणुकांच्या संदर्भात राजकीय जाहिराती स्पष्ट करा. (०७)
किंवा

क) बिजनेस टू बिजनेस आणि वित्तीय जाहिरातींच्या विशेष संदर्भासह विविध प्रकारच्या जाहिरातींचा (०८)
उल्लेख करा. योग्य उदाहरणे द्या.

ड) जाहिरातींनी आपले संपूर्ण जीवन जगण्याची पद्धत बदलू शकते? लोकप्रिय संस्कृती आणि (०७)
जाहिरातींशी संबंधित स्पष्ट करा.

77372

४. खालीलपैकी कोणत्याही एका विषयावर सामाजिक विपणन अभियान तयार करा: (१५)
- १) मानसिक आरोग्याच्या महत्त्वविषयी जागरूकता
किंवा
 - २) वृक्षारोपण बदल जागरूकता.

५. टीपा लिहा (कोणत्याही तीन) :

- अ) ज्येष्ठ नागरिक आणि जाहिरात.
- ब) जाहिरातीतील लिंग पूर्वग्रह.
- क) एससीआय(ASCI).
- ड) जाहिरातीमधील स्वयं-नियमन.
- इ) फेमा.

(१५)