(2½ Hours) **(Total Marks: 75)**

Please check whether you have the right question paper.

N.B.: **1)** **All** questions are **compulsory**.

1. Case Study : **(15)**

Dove has come up with Baby Dove a product line for babies. Dove is fairly known for moisturizing skin and that made its entry in this segment easy. One of the key insights behind the products is that baby skin loses moisture five times faster than adult skin. Dove with product line for baby can create a positive impact on the brand altogether. Dove came up with Dove Baby Soap, lotion, oil.

Beyond the moisturizing impact, Dove earlier has focused on moms and dads with its existing products for years, making the leap to babies fairly easy. Baby Dove will be focused on the primary buyer in the category -- moms -- and in particular bucking up women's self-esteem vs. pressure to be perfect. Instead of Real Beauty, Dove Baby wants to make a campaign for real parenting.

As a marketing manager of Dove prepare :

a) Outline the Communication Plan. **(05)**

b) State the advertising objectives. **(04)**

c) Support your advertising strategy using two IMC tools. **(06)**

2. Answer the following :

a) What are the various types of ad agencies? Explain with appropriate examples. **(07)**

b) How does an advertising agency work? What is the structure of an ad agency? **(08)**

OR

c) What are the stages in Client-agency relationship? **(07)**

d) What are the various elements of digital advertising campaign? **(08)**

3. Answer the following :

a) Explain account planning process in detail. **(07)**

b) What are the five elements of Means-end Conceptualization of Components for Advertising Strategy (MECCAS)? **(08)**

OR

c) 'Customer expectation and perception creates GAP'. Elaborate with GAP model. **(07)**

d) Write a note on various agency compensation methods. **(08)**

4. Answer the following :

a) CRM is a method and tool that helps business to manage ad agency. Explain. **(07)**

b) 'The marketing plan is the specific roadmap that's going to get you there'. Explain the statement with help of steps in marketing plan. **(08)**

OR

c) Explain in detail Consumer Franchise Building and Non-Consumer Franchise Building promotions. **(07)**

d) What are the various objectives of trade oriented sales promotion. **(08)**

5. Write short notes on **any three** of the following : **(15)**

a) Coupon and contest.

b) DAGMAR.

c) Role of account executive.

d) Various POP techniques.

e) 3 stages of buying behavior.

TURN OVER

3A43C78EF12A14F33912714CDB2D3E82

($2^1/_2$ तास) (एकूण गुण : 75)

सूचना : 1) **सर्व** प्रश्न सोडविणे **आवश्यक** आहेत.

1. केस स्टडी : **(15)**

बेबी डव्ह ने लहान मुलांसाठी पोषाखांची उत्पादन मालिका बाजारात आणली आहे. डव मॉइस्चरायझिंग प्रामुख्याने त्वचेसाठी ओळखला जातो आणि या सेगमेंटमध्ये त्यांचे वर्चस्व आहे. बाळासाठी उत्पादन मालिके मुळे डव्ह च्या संपूर्ण ब्रँडवर सकारात्मक प्रभाव पडू शकतो.डव्ह ने बेबी साबण, लोशन, तेल पण बाजारात आणले आहे. मॉइस्चरायझिंग इफेक्टच्या व्यतिरिक्त डव्हने आधीपासूनच आपल्या विद्यमान उत्पादनांसह आई आणि वडलांवर लक्ष केंद्रित केले होते. बेबी डव्ह प्राथमिक खरेदीदार श्रेणीत – आई - आणि विशेषत: स्त्रियांच्या आत्मसन्मानावर जोर देऊन परिपूर्ण होण्यावर भर देईल.फक्त खऱ्या सौंदर्याऐवजी डव्ह बेबी खऱ्या पालकत्वासाठी एक मोहिम तयार करू इच्छित आहे.डव्ह चा विपणन व्यवस्थापक म्हणून खालील गोष्टी तयार करा:

अ) संवाद योजनेची रुपरेषा लिहा. **(05)**

ब) जाहिरातीची उद्दिष्टे स्पष्ट करा. **(04)**

क) कोणत्याही दोन एकत्रित विपणन संवाद साधनाच्या सहाय्याने जाहिरात रणनिती तयार करा. **(06)**

2. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ) जाहिरात संस्थेचे विविध प्रकार कोणते ? योग्य उदाहरणांसह स्पष्ट करा. **(08)**

ब) जाहिरात संस्था कशी कार्य करते? जाहिरात एजन्सीची संरचना स्पष्ट करा. **(07)**

किंवा

क) ग्राहक जाहिरात नातेसंबंधातील विविध टप्पे कोणते विविध टप्प्यांत काय आहेत ? **(08)**

ड) डिजिटल जाहिरात मोहिमेतील विविध घटक काय आहेत? **(07)**

3. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ) खाते नियोजन प्रक्रिया स्पष्ट करा . **(08)**

ब) जाहिरात स्ट्रॅटेजीसाठी एम.ई.सी.सी.ए.एस. संकल्पना काय आहे? **(07)**

किंवा

क) ग्राहकांची अपेक्षा आणि आकलन यामुळे अंतर निर्माण होतो. GAP मॉडेलसह स्पष्ट करा. **(08)**

ड) एजन्सीच्या विविध आर्थिक मोबदला पद्धतीवर टीप लिहा. **(07)**

4. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ) ग्राहक नातेसंबंध व्यवस्थापन एक अशी पद्धत आणि साधन आहे जे जाहिरात संस्थेच्या व्यवस्थापनात मदत करते स्पष्ट करा **(08)**

ब) मार्केटिंग प्लॅन हा एक प्रकारचा नकाशा आहे, ज्याच्या सहाय्याने तुम्ही तुमचे लक्ष्य साधू शकता. मार्केटिंग प्लॅनच्या विविध टप्प्यांच्या सहाय्याने हे विधान स्पष्ट करा. **(07)**

किंवा

क) उपभोक्ता फ्रेंचायझी बिल्डिंग व गैर-उपभोक्ता फ्रेंचायझी बिल्डिंग प्रमोशन विस्तृतपणे स्पष्ट करा **(08)**

ड) व्यापार विक्रीच्या प्रमोशनची विविध उद्दीष्टे काय आहेत? **(07)**

5. टिपा लिहा (**कोणतेही तीन**) : **(15)**

अ) कूपन आणि स्पर्धा.

ब) DAGMAR.

क) अकाउंट एक्झिक्युटिव्हची भूमिका.

ड) विविध पीओपी तंत्र.

इ) खरेदी वर्तनाचे 3 टप्पे.