(2½ Hours) **[Total Marks: 75]**

N.B. 1. All Questions are compulsory.

1. CASE STUDY: **15**

Gillette's newest standalone brand, GilletteLabs, which launched in September 2018, is taking a different approach to men's shaving with the debut of its first product, a Rs150 heated razor. The razor will be sold at luxury retailer The Art of Shaving in all 100 locations and online beginning in May. This marks the first time the two Procter & Gamble-owned brands have paired up — Gillette products are typically sold in mass chains like Target and Walmart.

Client's Brief: "Other brands care about doing cost-saving [tactics], but Gillette brings technology and understanding of the consumer together and adds up to a big difference."

a. Outline Communication Plan 5
b. State the advertising objectives 4
c. Create an advertising strategy using two IMC tools. 6

2. Answer the following:

a. a. Explain the Frequency and Loyalty program 8
b. Discuss various stages of client Agency Relationship. What are Factors affecting the Client-Agency relationship 7

OR

c. Explain how advertising agencies does pitching for gaining new clients? 8
d. Discuss various sources of Income for an Advertising agency. 7

3. Answer the following:

a. Write a short note on CRM 8
b. What is consumer oriented sales promotion? 7

OR

c. Explain the Objectives of trade oriented Sales promotion 8
d. Explain the Gaps model of Service Quality. 7

4. Answer the following:

a. What are the various Types of Advertising Agencies ` 8
b. Discuss Marketing Plan and its various steps. 7

OR

c. Explain the importance of communication objective. Discuss DAGMAR Model. 8
d. What are the various functions of an Advertising Agencies 7

5. Write short notes on any three of the following: **(any 3)** 15

a. AIDA
b. Role of Account planning in advertising.
c. Business Plan
d. Structure of an Advertising Agency
e. Push and pull strategy

09EFD9EAF7A4910B5682FBF3BEEB9576

(2½ तास) [एकूण गुण: 75]

1. **CASE STUDY:**

जिलेटचे नवीन स्टँडअलोन ब्रँड, जिलेटॅब्स सप्टेंबर 2018 मध्ये लॉन्च झाले होते, त्यांच्या पहिल्या उत्पादनासाठी 150 डॉलरच्या रेझरसह पुरुषांच्या शेव्हिंगचा वेगळा दृष्टिकोन आजमावत आहे. मे महिन्यापासून हा रेझर किरकोळ विक्रेता "द आर्ट ऑफ शेव्हिंग" च्या 100 दालनातून आणि ऑनलाइन विकला जाईल. प्रोक्टर आणि गॅम्बलच्या मालकीच्या ब्रॅन्डने बनविलेल्या दोन उत्पादंनांनी पहिल्यांदाच हातमिळवणी केली आहे - जिलेट उत्पादने सामान्यतः लक्ष्य आणि वॉलमार्ट सारख्या मोठ्या साखळीत विकल्या जातात.

क्लायंट ब्रीफ : इतर ब्रँड्स खर्चात बचत करण्याविषयी [रणनीती] काळजी घेतात, परंतु जिलेट तंत्रज्ञान आणि ग्राहकांची उतपदांनाविषयीची समज या गोष्टींना एकत्र आणते आणि हाच मोठा फरक आहे.

अ. संवाद योजनेची रुपरेषा लिहा 5

ब. जाहिरातीची उद्दिष्टे स्पष्ट करा 4

क. कोणत्याही दोन एकत्रित विपणन संवाद साधनाच्या सहाय्याने जाहिरात रणनिती तयार करा 6

प्रश्न 2.खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ. ग्राहक-जाहिरात संस्था नातेसंबंध यावर भाष्य करा. ८

ब उपभोक्ता आधारित विक्री प्रोत्साहन म्हणजे काय ? ७

किंवा

क. व्यापार आधारित विक्री प्रोत्साहन स्पष्ट करा. ८

ड. सेवा दर्जाचे गॅप प्रतिमान स्पष्ट करा ७

प्रश्न 3.खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ. Frequency आणि Loyalty program स्पष्ट करा ८

ब. ग्राहक जाहिरात नातेसंबंधातील विविध टप्पे कोणते?यावर परिणाम करणारे घटक कोणते? ७

किंवा

क. जाहिरात संस्था पिचिंग करून नवे क्लायंट कसे मिळवतात हे स्पष्ट करा. ८

ड. जाहिरात संस्थांचे उत्पन्नाचे विविध स्त्रोत कोणते ? ७

प्रश्न 4.खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

अ.जाहिरात संस्थांचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. ८

ब.विपणन योजना आणि त्याचे टप्पे यांची चर्चा करा. ७

किंवा

क. संवादाच्या उद्दिष्टांचे महत्व स्पष्ट करा. डॅगमर प्रतिमानाची चर्चा करा. ८

ड. जाहिरात संस्थेची विविध कार्ये कोणती ? ७

प्रश्न ५.टिपा द्या. **(कोणतेही 3)** १५

अ.AIDA प्रतिमान

ब.अकाऊंट प्लॅनरची जाहिरातीतील भूमिका

क.व्यवसाय योजना

ड.जाहिरात संस्थेची संघटन बांधणी (रचना)

इ. Push आणि pull रणनीती

09EFD9EAF7A4910B5682FBF3BEEB9576