

Time : 3.00 hours

Total 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)

- 1) _____ advertising allows consumers to understand ads and refer to them at leisure.
 - a) Print
 - b) Broadcasting
 - c) Outdoor
 - d) Theater
- 2) Zipping and zapping are associated with _____ advertising.
 - a) Newspaper
 - b) Television
 - c) Magazine
 - d) Outdoor
- 3) _____ medium has an advantage in terms of cost effectiveness with maximum reach.
 - a) IPL match telecast
 - b) Times of India front page
 - c) Viral message on mobile phones
 - d) Outdoor Hoardings at Haji Ali Corner in Mumbai
- 4) DAGMAR model was conceptualized by _____.
 - a) Russell Colley
 - b) David Ogilvy
 - c) E.K. Strong
 - d) Leo Burnett
- 5) The all-you-can-afford method of deciding the ad budget is best for _____ company.
 - a) Hindustan Unilever
 - b) Tata Group
 - c) Mahindra & Mahindra
 - d) Pitambari Group
- 6) _____ factor is considered while selecting media.
 - a) Target market
 - b) Retailers
 - c) Trade Cycles
 - d) Politics
- 7) In advertising, _____ is prepared by the client for the agency's creative team.
 - a) Creative pitch
 - b) Plant layout
 - c) Creative brief
 - d) Financial accounts
- 8) _____ appeals contain basic facts about the product so as to justify why audience should buy that specific brand.
 - a) Emotional
 - b) Rational
 - c) Security
 - d) Efficiency
- 9) Middle class family buying its first car, is considered as a _____ involvement product.
 - a) Low
 - b) High
 - c) Moderate
 - d) Medium
- 10) "Darr ke aage jeet hai" is the slogan used by the brand _____.
 - a) Sprite
 - b) Lemonade
 - c) Mountain Dew
 - d) Limca
- 11) Advertising of travel destinations use _____ execution style.
 - a) Dramatic
 - b) Slice of life
 - c) Humorous
 - d) Any of these
- 12) Advertising campaigns need to be pre-tested to find out the _____ effect on target market.
 - a) Recall
 - b) Communication
 - c) Legal
 - d) None of the above

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

- 1) Mere Dad Ki Maruti, a high budget film that used Maruti brand as the main character in the film is an example of outdoor advertising.
- 2) Google has become a major advertising medium in modern times.
- 3) All Storyboards for television advertising need to follow the Doordarshan Code for getting approved.
- 4) The ultimate objective of all advertising is to sell the brand.
- 5) Clients follow a uniform approach for setting ad budgets on various media.
- 6) Media Planning Process involves strategy and is a lengthy process.
- 7) Incubation is a technique of Visualisation.
- 8) USP stands for Unique Sales Promotion.
- 9) Buying Coca Cola is a low involvement brand purchase.
- 10) Body Copy is considered the soul of advertising.
- 11) Advertising of Beauty Products usually use animation type of execution style.
- 12) Order of merit rating is one of the ways used for conducting Consumer Jury Test.

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

- a) What are the disadvantages of Out-Of -Home (OOH) advertising?
- b) Explain the various forms of Internet advertising.
- c) Briefly describe ABC as a tool of media regulation.

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

- a) "An Advertising Campaign is prepared systematically by taking several steps" Discuss.
- b) Explain the media objectives that are important in advertising.
- c) Briefly explain the various media scheduling strategies.

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

- a) Explain the various techniques of Visualization.
- b) Explain various aspects of selling points.
- c) Discuss the advantages and limitations of celebrity endorsements in advertising.

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

- a) What is the importance of illustrations in advertising?
- b) "Jingles and Music are effective in advertising of FMCG brands." Do you agree? Discuss.
- c) Elaborate on different post-testing methods of testing advertising effectiveness.

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

- a) Limitations of print media
- b) Importance of media research
- c) Any three methods of setting an advertising budget
- d) Types of endorsers
- e) Principles of effective layout
- f) Concept of storyboard

- मराठी रूपांतर -

- १(अ) खाली दिलेल्या पर्यायापैकी योग्य पर्यायी उत्तराची निवड करा. (कोणतेही दहा) (१०)
- १) जाहिराती ग्राहकांना जाहिराती समजून घेण्यास आणि त्यांच्या फुरसतीच्या वेळी त्यांचा संदर्भ घेणे शक्य करतात.
- अ) छापिल ब) प्रक्षेपित
क) बाह्य ड) सिनेमा
- २) झिपिंग आणि झिपिंग हे जाहिरातीशी संबंधित आहे.
- अ) वर्तमानपत्र ब) दूरचित्रवाणी
क) मासिके ड) बाह्य
- ३) कमीतकमी खर्चात जास्तीत जास्त पोहोचच्या दृष्टीने माध्यम फायद्याचे आहे.
- अ) आय.पी.एल.सामन्याचे प्रक्षेपण ब) टाईम्स ऑफ इंडियातील मुखपृष्ठ
क) मोबाईल फोनवरील व्हायरल मेसेज ड) मुंबईतील हाजी अली कॉर्नरवरील बाह्य फलक
- ४) डागमर (DAGMAR) प्रतिकृतीची संकल्पना द्वारा मांडली गेली.
- अ) रसेल कोली ब) डेव्हीड ओगिल्वी
क) ई.के.स्ट्रॉंग ड) लियो बर्नेट
- ५) जाहिरात अंदाजपत्रक तयार करण्याची सर्वसामान्यांना परवडणारी पद्धत हीकंपनीकरीता सर्वोत्तम आहे.
- अ) हिंदुस्थान युनिलिवर ब) टाटा समुह
क) महिन्द्र अँड महिन्द्र ड) पितांबरी समुह
- ६) माध्यमाची निवड करताना घटकाचा विचार करावा लागतो.
- अ) लक्ष्य बाजारपेठ ब) किरकोळ विक्रेते
क) व्यापार चक्र ड) राजकारण
- ७) जाहिरातीमधील हे ग्राहक जाहिरात संस्थेच्या सर्जनशील चमूकरीता तयार करतात.
- अ) सर्जनशील पिच ब) कारखाना आराखडा
क) सर्जनशील संक्षिप्त ड) आर्थिक लेखे
- ८) आवाहनामध्ये वस्तुबदल मूलभूत तथ्ये असतात ज्यामुळे ग्राहकांनी त्या विशिष्ट नाममुद्रेचीच का खरेदी केली पाहिजे हे सिद्ध करते.
- अ) भावनिक ब) तर्कसंगत
क) सुरक्षात्मक ड) कार्यक्षमतात्मक
- ९) मध्यमवर्गीय कुटूंबाद्वारे पहिली कार खरेदी करणे ही सहभाग वस्तु मानली जाते.
- अ) कमी ब) जास्त
क) मर्यादित ड) मध्यम
- १०) डर के आगे जीत है हे घोषवाक्य नाममुद्रेद्वारा उपयोगात आणले जाते..
- अ) स्प्राईट ब) लेमोनेड
क) माउंटेन ड्यू ड) लिम्का
- ११) प्रवास गंतव्य स्थानाची जाहिरात ही या जाहिरात प्रसारित करण्याच्या कार्यवाहीत्मक प्रकारात उपयोगात आणली जाते.
- अ) नाट्यमय ब) जीवनाचे वास्तव चित्रण
क) विनोदी ड) यापैकी कोणतेही
- १२) लक्ष्य बाजारपेठेवरील.....प्रभावाचा शोध घेण्यासाठी जाहिरात मोहिमेची प्रसारणपूर्व चाचणीची आवश्यकता आहे.
- अ) आठवण ब) संप्रेषण
क) कायदेशीर ड) यापैकी नाही

१(ब) खाली दिलेली वाक्ये चूक की बरोबर ते लिहा (कोणतेही दहा)

(१०)

- १) मेरे डॅड की मारुती, एक मोठ्या बजेटचा चित्रपट आहे ज्यात मुख्य पात्र म्हणून मारुती नाममुद्रेचा उपयोग केला आहे हे बाह्य जाहिरातीचे उदाहरण आहे.
- २) आधुनिक काळात गुगल हे जाहिरातीचे मुख्य माध्यम बनले आहे.
- ३) दुरचित्रवाणी जाहिरातीतील सर्व स्टीरीबोर्डच्या मंजूरीकरीता दूरदर्शन कोडचे पालन करणे आवश्यक आहे.
- ४) सर्वप्रकारच्या जाहिरातीचे अंतीम उद्दिष्ट हे नाममुद्रेची विक्री हे आहे.
- ५) विविध माध्यमांकरीता जाहिरात अंदाजपत्रक तयार करण्याकरीता ग्राहक एकसमान दृष्टिकोण बाळगतात.
- ६) माध्यम नियोजन प्रक्रियेत धोरणांचा समावेश होतो आणि ही एक दीर्घ प्रक्रिया आहे.
- ७) उष्मायन (Incubation) हे दृक्प्रतिमेचे तंत्र आहे.
- ८) यु.एस.पी. म्हणजे विशिष्ट विक्री वाढ.
- ९) कोका कोला खरेदी करणे ही कमी सहभाग नाममुद्रेची खरेदी आहे.
- १०) मजकूराला जाहिरातीचा आत्मा म्हटले जाते.
- ११) सौंदर्य उत्पादनाच्या जाहिरातीत सामान्यपणे ऑनिमिशनचा जाहिरात प्रसारण शैली म्हणून वापर करतात.
- १२) ग्राहक मंडळाद्वारे मूल्यांकन चाचणी पद्धतीत गुणानुक्रमानुसार मूल्यांकन हा एक मार्ग आहे.

२. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

(१५)

- अ) बाह्य (OOH) जाहिरातीचे तोटे कोणते?
- ब) इंटरनेट जाहिरातीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.
- क) ऑडीट ब्युरो ऑफ सर्कुलेशन (ए.बी.सी.) हे माध्यम नियमनाचे साधन म्हणून विस्तृत वर्णन करा.

३. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

(१५)

- अ) एखादी जाहिरात मोहिम अनेक टप्प्यांच्या आधारे पद्धतशीरपणे तयार केली जाते - चर्चा करा.
- ब) जाहिरातीमध्ये महत्वाची असलेली माध्यमांची उद्दिष्टे स्पष्ट करा.
- क) विविध माध्यम वेळापत्रकाची धोरणे थोडक्यात स्पष्ट करा.

४. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

(१५)

- अ) दृक्प्रतिमेच्या विविध तंत्रे स्पष्ट करा.
- ब) विक्रय बिंदूचे विविध पैलू स्पष्ट करा.
- क) जाहिरातीतील प्रतिष्ठीत व्यक्तित्वद्वारे पृष्ठांकनाचे फायदे व तोट्यांची चर्चा करा.

५. खालीलपैकी कोणत्याही दोन प्रश्नांची उत्तरे लिहा.

(१५)

- अ) जाहिरातीमध्ये चित्रांचे महत्त्व काय?
- ब) गाणे आणि संगीत हे एफ.एम.सी.जी. नाममुद्रांच्या बाबतीत प्रभावी आहेत. आपण सहमत आहात का? चर्चा करा.
- क) जाहिरातीची परिणामकारकता चाचणीच्या विविध प्रसारणोत्तर पद्धतीचे सविस्तर वर्णन करा.

६. खालीलपैकी कोणत्याही चार संक्षिप्त टीप लिहा.

(२०)

- अ) छापील माध्यमाच्या मर्यादा
- ब) माध्यम संशोधनाचे महत्त्व
- क) जाहिरात अंदाजपत्रक निर्मितीच्या कोणत्याही तीन पद्धती
- ड) पृष्ठांकनकर्त्यांचे प्रकार
- इ) परिणामकारक रचनेची मूलतत्वे
- फ) स्टीरीबोर्ड संकल्पना
