

25/3/14

MN3ABI

Sybm (M)
Intro to Advt

वेळ : २ तास

गुण : ६०

प्र. १ जाहिरातीची व्याख्या लिहा. जाहिरातीचे महत्त्व स्पष्ट करा. १५

प्र. २ अ) 'जाहिरात आणि प्रचार' परस्पर तुलना करा. ८

ब) जाहिरात संस्था आणि ग्राहक संबंध यातील महत्त्वाचे घटक स्पष्ट करा. ७

किंवा

प्र. २ अ) जाहिरातीचा अपव्यय म्हणजे काय? अपव्ययाची कारणे लिहा. ८

ब) उत्पादन खर्चाचा जाहिरातीवरील परिणाम स्पष्ट करा. ७

प्र. ३ अ) B2B जाहिराती म्हणजे काय? त्यातील मुख्य प्रकार स्पष्ट करा. ८

ब) इंटरनेट जाहिरातीचे महत्त्व विशद करा. ७

किंवा

प्र. ३ अ) किरकोळ जाहिराती म्हणजे काय? किरकोळ जाहिरातीतील घटक ८

स्पष्ट करा.

प्र. ४ टिपा लिहा. (कोणत्याही ३) १५

अ) (DAGMAR) डॅगमार

ब) क्लासिफाईड जाहिराती

क) युएसपी

ड) राजकीय जाहिराती

इ) जनसंपर्क - सामुहिक वितरण संज्ञापनातील घटक

25/3/14

MN3ABG

Sybm m (E)
Intro to Advt

Marks : 60

Duration: 2Hours

Note:

- Question No.1 is compulsory
- Figures to the right indicate marks
- Give examples where ever possible

Q.1 Define advertising. State salient features of advertising (15)

Q.2 a) What is IMC? Explain different techniques of IMC. (8)

b) Explain importance of social advertising with suitable example. (7)

OR

Q.2 a) Distinguish between advertising and propaganda. (7)

b) What is agency accreditation? Explain advantages of accreditation. (8)

Q.3 a) What is B2B advertising? Describe its main types. (8)

b) Explain advantages of internet advertising. (7)

OR

Q.3 a) Classify advertising on the basis of target consumers. (8)

b) Advertising confuses people with too many products. Critically analyze. (7)

Q.4 Write short Notes (Any 3) (15)

- a) AIDA Formula
- b) Waste in Advertising
- c) Political Advertising
- d) DAGMAR Model
- e) 5 M's of advertising