

B.Com. (CBCS Pattern) Semester-III
UCA3EM3 - Marketing Management - Advertising Management

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/W/24/10670

Max. Marks : 80

-
- Notes : 1. All questions are compulsory.
2. All questions carry equal marks.

1. a) Explain the role of Advertising in the marketing mix. 8
b) Discuss the various types of Advertising. 8

OR

- c) Explain the meaning and importance of Advertising in marketing. 16

2. a) Explain the objective of advertisement. 8
b) Explain the meaning of Advertising campaign & its objective. 8

OR

- c) What is “Advertising Budget”? Explain consideration to be kept in mind while deciding the advertising Budget. 16

3. a) Evaluate the print media and Audio-Visual media planning. 8
b) Explain the role of media in Advertising. 8

OR

- c) Elaborate the process of media planning in Advertising. 16

4. a) Methods of measuring Advertising effectiveness, explain in detail? 8
b) Explain the importance of measuring Advertising effectiveness. 8

OR

- c) What is Advertising Agency? Explain its function & types. 16

5. Write short notes:
a) Ethical aspects of Advertising. 4
b) R. H. Calley, DAGMAR approach. 4
c) Explain Direct-mail Advertising. 4
d) Internet media. 4

B.Com. (CBCS Pattern) Semester-III
UCA3EM3 - Marketing Management - Advertising Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

- सुचना :- 1. सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे.
2. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहे.

1. अ) विपणन मिश्रणात जाहिरातीची भूमिका स्पष्ट करा. 8
ब) जाहिरातीच्या विभिन्न प्रकाराची थोडक्यात माहिती द्या. 8

किंवा

- क) विपणनात जाहिरातीचा अर्थ व महत्व सविस्तर स्पष्ट करा? 16
2. अ) जाहिरातीचे उद्देश स्पष्ट करा? 8
ब) जाहिरात मोहिम चा अर्थ सांगून जाहिरात मोहिमेचे उद्देश स्पष्ट करा? 8

किंवा

- क) जाहिरात अंदाजपत्रक म्हणजे काय? अंदाजपत्रक निश्चित करतांना विचारात घेतल्या जाणाऱ्या बाबी वर सविस्तर माहिती द्या. 16
3. अ) मुद्रण आणि दृक-श्राव्य माध्यमांचे मूल्यमापन करा. 8
ब) जाहिरातमाध्यमाची भूमिका स्पष्ट करा. 8

किंवा

- क) जाहिरात माध्यम नियोजनाची प्रक्रिया सविस्तर स्पष्ट करा. 16
4. अ) जाहिरात प्रभावशिलतेच्या मापनाच्या पद्धतीची सविस्तर चर्चा करा. 8
ब) जाहिरातीच्या प्रभावशिलतेच्या मापनाचे महत्व स्पष्ट करा. 8

किंवा

- क) जाहिरात संस्था म्हणजे काय? जाहिरात संस्थेचे कार्य व प्रकार स्पष्ट करा. 16
5. थोडक्यात टिपण लिहा.
अ) जाहिरातीची नितीसंहिता. 4
ब) R. H. Colley. चा DAGMAR दृष्टीकोन. 4
क) प्रत्यक्ष मेल जाहिरात (Direct mail) 4
ड) इंटरनेट माध्यम 4

B.Com. (CBCS Pattern) Semester-III
UCA3EM3 - Marketing Management - Advertising Management

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

- सुचनाएँ :- 1. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

- | | | | |
|-------------|----------------------------|---|----|
| 1. | अ) | विपणन मिश्र में विज्ञापन की भूमिका स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| | ब) | विज्ञापन के विभिन्न प्रकार स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| अथवा | | | |
| | क) | विपणन में विज्ञापन का अर्थ व महत्व का विस्तृत जानकारी दीजिये। | 16 |
| 2. | अ) | विज्ञापन के उद्देश्य स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| | ब) | विज्ञापन मोहिम का आशय बतलाकर उसके उद्देश्य स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| अथवा | | | |
| | क) | विज्ञापन बजट से क्या आशय है? बजट बनाते समय कौनसी बातें ध्यान में रखनी चाहिये। | 16 |
| 3. | अ) | मुद्रण एवं दृक-श्राव्य माध्यमों का मूल्यांकन कीजिये। | 8 |
| | ब) | विज्ञापन माध्यम की भूमिका स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| अथवा | | | |
| | क) | विज्ञापन माध्यम नियोजन की प्रक्रिया सविस्तर विशद कीजिये। | 16 |
| 4. | अ) | विज्ञापन प्रभाव मापन की पद्धति स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| | ब) | विज्ञापन के प्रभाव मापन का महत्व स्पष्ट कीजिये। | 8 |
| अथवा | | | |
| | क) | विज्ञापन संस्था का आशय बतलाईये? विज्ञापन संस्था के कार्य और प्रकार स्पष्ट कीजिये। | 16 |
| 5. | संक्षिप्त में टिपण दीजिये। | | |
| | अ) | विज्ञापन की नीतिसंहिता। | 4 |
| | ब) | R. H. Colley. का DAGMAR दृष्टीकोन। | 4 |
| | क) | प्रत्यक्ष मेल विज्ञापन (Direct mail) | 4 |
| | ड) | इंटरनेट माध्यम। | 4 |
