

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

P. Pages : 3

Time : Three Hours



GUG/S/23/10670

Max. Marks : 80

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

1. a) Define the term advertising and explain its social and ethical aspect of advertising. 8
b) Explain the role of advertising in marketing mix. 8
- OR**
- c) State the functions and purpose of advertising? 16
2. a) Explain the advertising plan in detail. 8
b) Explain the meaning of advertising campaign as a advertising strategy. 8
- OR**
- c) What is mean by Advertising Budget. Explain the types of Advertising Budget. 16
3. a) Evaluate the print media and the Audio - Visual media advertising. 8
b) Narrate the objects and significance of advertising media planning. 8
- OR**
- c) Explain the role of media in Advertising. 16
4. a) What is Advertising Agency? Explain its function and types. 8
b) Method of measuring advertising effectiveness. 8
- OR**
- c) What is mean by measuring advertising effectiveness? Explain the importance of measuring advertising effectiveness. 16
5. Write in short.
- a) Advertising and Ethics. 4
b) State the 'Advertising Budget' process. 4
c) Merits of Direct Mail Media. 4
d) Write note on Advertising Research. 4

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

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

1. अ) जाहीरातीची व्याख्या आणि त्याचे सामाजिक आणि नैतिक आयाम स्पष्ट करा. 8
ब) विपणन मिश्रणात जाहीरातीची भूमिका स्पष्ट करा. 8
किंवा
क) जाहीरातीची कार्ये व उद्देश सविस्तर स्पष्ट करा. 16
2. अ) जाहीरातीची योजना सविस्तर स्पष्ट करा. 8
ब) जाहीरातीची व्युहरचना म्हणून जाहीरातीची मोहीम स्पष्ट करा. 8
किंवा
क) जाहीरात अंदाजपत्रक म्हणजे काय? जाहीरात अंदाजपत्रकाचे प्रकार स्पष्ट करा. 16
3. अ) मुद्रण आणि दृक श्राव्य माध्यमांचे मूल्यमापन करा. 8
ब) जाहीरात माध्यम नियोजनाचे उद्देश आणि महत्व सांगा. 8
किंवा
क) जाहीरात माध्यमांची भूमिका स्पष्ट करा. 16
4. अ) जाहीरात संस्था म्हणजे काय? जाहीरात संस्थेची कार्ये व प्रकार स्पष्ट करा. 8
ब) जाहीरात प्रभावशिलतेच्या मापनाच्या पद्धती सविस्तर विशद करा. 8
किंवा
क) जाहीरातीच्या प्रभावशिलतेचे मापन म्हणजे काय? जाहीरातीच्या प्रभावशिलतेच्या मापनाचे महत्व स्पष्ट करा. 16
5. थोडक्यात उत्तरे लिहा.
अ) जाहिरात आणि नितीसंहिता स्पष्ट करा. 4
ब) जाहीरात अंदाजपत्रकाची प्रक्रिया स्पष्ट करा. 4
क) प्रत्यक्ष टपाल माध्यमाचे गुण. 4
ड) टिप लिहा - जाहीरातीचे संशोधन. 4

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

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

सुचनाएँ :- 1. सभी प्रश्न हल करना अनिवार्य है।

2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. अ) विज्ञापन - परिभाषित करे एवं उसके सामाजिक तथा नैतिक आयाम स्पष्ट किजिए। 8
- ब) विपणन मिश्रण में विज्ञापन की भूमिका स्पष्ट किजिए। 8
- अथवा**
- क) विज्ञापन के कार्य तथा उद्देश स्पष्ट किजिए। 16
2. अ) विज्ञापन की योजना सविस्तर स्पष्ट किजिए। 8
- ब) विज्ञापन व्यवहरचना (Strategy) के तौर पर विज्ञापन मुहीम स्पष्ट किजिए। 8
- अथवा**
- क) विज्ञापन अंदाजपत्रक का मतलब बताकर उसके प्रकार स्पष्ट किजिये। 16
3. अ) मुद्रण एवं टंक - श्राव्य माध्यमोंका मुल्यांकन किजिये। 8
- ब) विज्ञापन माध्यम नियोजन के उद्देश एवं महत्व का वर्णन किजिये। 8
- अथवा**
- क) विज्ञापन माध्यम की भूमिका स्पष्ट किजिये। 16
4. अ) विज्ञापन संस्था का क्या आशय है? विज्ञापन संस्था के कार्य और प्रकार स्पष्ट किजिए। 8
- ब) विज्ञापन प्रभाव मापनकी पध्दती स्पष्ट किजिये। 8
- अथवा**
- क) विज्ञापन प्रभाव के मापन का क्या आशय है। विज्ञापनका प्रभाव मापन का महत्व स्पष्ट किजिये। 16
5. संक्षेप में उत्तर लिखिये।
- अ) विज्ञापन और निती संहिता। 4
- ब) विज्ञापन अंदाजपत्रक (Budget) की प्रक्रिया। 4
- क) प्रत्यक्ष टपाल माध्यमके गुण। 4
- ड) टिपणी लिखिए - “विज्ञापन संशोधन”। 4
