

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

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/S/24/10670S**

Max. Marks : 80

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

- |           |                    |   |    |
|-----------|--------------------|---|----|
| 1.        | a)                 | Explain the meaning & Definition of Advertising.                        | 8  |
|           | b)                 | State the social effects of Advertising.                                | 8  |
| <b>OR</b> |                    |   |    |
|           | c)                 | Write the brief informations of institutions of Advertising management. | 16 |
| 2.        | a)                 | Explain the process of planning of Advertisement.                       | 8  |
|           | b)                 | Write the main elements of Advertising budget.                          | 8  |
| <b>OR</b> |                    |   |    |
|           | c)                 | Explain the Advertising Budget & Different methods.                     | 16 |
| 3.        | a)                 | What is the Advertising media.  | 8  |
|           | b)                 | Explain the Advertising Decision.                                       | 8  |
| <b>OR</b> |                    |   |    |
|           | c)                 | Explain the kinds of Advertising media?                                 | 16 |
| 4.        | a)                 | What is advertising effectiveness.                                      | 8  |
|           | b)                 | State the methods of Advertising Research.                              | 8  |
| <b>OR</b> |                    |   |    |
|           | c)                 | Explain the kinds of Advertising Agency.                                | 16 |
| 5.        | Write short notes. |   |    |
|           | a)                 | Advertising communication media.  | 4  |
|           | b)                 | DAGMAR Approach.  | 4  |
|           | c)                 | Advertising on T.V.   | 4  |
|           | d)                 | Methods of measuring Advertising.                                       | 4  |

\*\*\*\*\*

B.Com. (CBCS Pattern) Sem-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) | जाहिरातीची व्याख्या सांगून अर्थ सविस्तर लिहा.                   | 8  |
|    | ब) | जाहिरातीचे सामाजिक परिणाम सांगा.                                | 8  |
|    |    | <b>किंवा</b>  |    |
|    | क) | जाहिरात व्यवस्थापनाच्या प्रमुख संस्था यावर सविस्तर माहिती लिहा? | 16 |
| 2. | अ) | जाहिरात नियोजनाची प्रक्रीया स्पष्ट करा.                         | 8  |
|    | ब) | जाहिरात अंदाजपत्रकाचे प्रमुख घटक सांगा.                         | 8  |
|    |    | <b>किंवा</b>  |    |
|    | क) | जाहिरात अंदाजपत्रक आणि विभिन्न पध्दती स्पष्ट करा.               | 16 |
| 3. | अ) | जाहिरातीचे माध्यम म्हणजे काय?                                   | 8  |
|    | ब) | जाहिरातीचा निर्णय स्पष्ट करा.                                   | 8  |
|    |    | <b>किंवा</b>  |    |
|    | क) | जाहिरात माध्यमाचे प्रकार स्पष्ट करा.                            | 16 |
| 4. | अ) | जाहिरातीची प्रभावशिलता म्हणजे काय?                              | 8  |
|    | ब) | जाहिरात संशोधनाच्या पध्दती सांगा.                               | 8  |
|    |    | <b>किंवा</b>  |    |
|    | क) | जाहिरात संस्थांचे प्रकार स्पष्ट करा.                            | 16 |
| 5. |    | टिपा लिहा.  |    |
|    | अ) | जाहिरात संदेशवहन माध्यम.  | 4  |
|    | ब) | डॅगमर अॅप्रोच.  | 4  |
|    | क) | दुरदर्शनवरील जाहिरात.   | 4  |
|    | ड) | जाहिरात मापनाचे तंत्र.  | 4  |

\*\*\*\*\*

B.Com. (CBCS Pattern) Sem-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) | विज्ञापन की परिभाषा बताकर मतलब सविस्तर विशद कीजिये।             | 8  |
|    | ब) | विज्ञापन के सामाजिक परिणाम बताईये।                              | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | क) | विज्ञापन व्यवस्थापन के प्रमुख संस्थाओं कि विस्तृत चर्चा कीजिये। | 16 |
| 2. | अ) | विज्ञापन नियोजन की प्रक्रीया स्पष्ट कीजिये।                     | 8  |
|    | ब) | विज्ञापन अंदाजपत्रक के प्रमुख घटक बताईये।                       | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | क) | विज्ञापन का अंदाजपत्रक एवं विभिन्न पद्धतियाँ स्पष्ट किजिए।      | 16 |
| 3. | अ) | विज्ञापन माध्यम का अर्थ बताईये।                                 | 8  |
|    | ब) | विज्ञापन का निर्णय स्पष्ट कीजिये।                               | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | क) | विज्ञापन माध्यम के प्रकार बताकर गुण दोष स्पष्ट कीजिये।          | 16 |
| 4. | अ) | विज्ञापन की प्रभावशिलता का मतलब बताईये।                         | 8  |
|    | ब) | विज्ञापन संशोधन की पद्धती बताईये।                               | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | क) | विज्ञापन संशोधन के प्रकार स्पष्ट कीजिये।                        | 16 |
| 5. |    | टिप्पणी लिखिये।   |    |
|    | अ) | विज्ञापन संदेशवहन माध्यम।                                       | 4  |
|    | ब) | डॅगमर अॅप्रोच DAGMAR APPROACH.                                  | 4  |
|    | क) | दूरदर्शन विज्ञापन।  | 4  |
|    | ड) | विज्ञापन मापन तंत्र।  | 4  |

\*\*\*\*\*

