

B.Com. S.Y. (Part-II) CBCS Pattern Semester-III  
**UCA3EM3 - Marketing Management (Advertising Management)**

P. Pages : 3

Time : Three Hours



**GUG/W/23/10670**

Max. Marks : 80

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

1. a) Discuss the social and ethical aspects of advertising. 8  
b) State the role of Advertising in the marketing mix. 8
- OR**
- c) Write the meaning. Purpose and function of advertising. 16
2. a) Discuss the planning process of advertising campaign. 8  
b) Explain the characteristics of marketing strategy. 8
- OR**
- c) Write the concept and methods of advertising budget. 16
3. a) Explain the significance of media planning. 8  
b) State the evaluation process of media. 8
- OR**
- c) Discuss the role and types of media. 16
4. a) Discuss the process of selection and co-ordination of advertising agency. 8  
b) Elaborate the regulation of advertising. 8
- OR**
- c) Write the concept. structure. and function of advertising research. 16
5. Write short note
- a) History of advertising. 4  
b) DAGMAR approach. 4  
c) Media research. 4  
d) Internet advertising. 4

\*\*\*\*\*

B.Com. S.Y. (Part-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) | जाहिरातीच्या सामाजीक व नैतिक पैलूवर चर्चा करा.        | 8  |
|    | ब) | विपणन मिश्र मध्ये जाहिरातीची भूमिका सांगा.            | 8  |
|    |    | किंवा   |    |
|    | क) | जाहिरातीचा अर्थ, हेतु व कार्य लिहा.                   | 16 |
| 2. | अ) | जाहिरात अभियानाची नियोजन प्रक्रियावर चर्चा करा.       | 8  |
|    | ब) | विपणन धोरणाची वैशिष्टे स्पष्ट करा.                    | 8  |
|    |    | किंवा   |    |
|    | क) | जाहिरात अंदाजपत्रकाची संकल्पना व पद्धती लिहा.         | 16 |
| 3. | अ) | माध्यम नियोजनाचे महत्त्व स्पष्ट करा.                  | 8  |
|    | ब) | माध्यमांची मूल्यमापन प्रक्रिया सांगा.                 | 8  |
|    |    | किंवा   |    |
|    | क) | माध्यमाची भूमिका व प्रकारावर चर्चा करा.               | 16 |
| 4. | अ) | जाहिरात संस्थेची निवड व समन्वय प्रक्रियेवर चर्चा करा. | 8  |
|    | ब) | जाहिरातीचे नियम विस्तारीत लिहा.                       | 8  |
|    |    | किंवा   |    |
|    | क) | जाहिरात संशोधनाची संकल्पना, रचना व कार्य लिहा.        | 16 |
| 5. |    | टिपा लिहा.  |    |
|    | अ) | जाहिरातीचा इतिहास.                                    | 4  |
|    | ब) | DAGMAR दृष्टीकोण                                      | 4  |
|    | क) | माध्यमाचे संशोधन                                      | 4  |
|    | ड) | इंटरनेट जाहिरात                                       | 4  |

\*\*\*\*\*

B.Com. S.Y. (Part-II) CBCS Pattern Semester-III  
**UCA3EM3 - Marketing Management (Advertising Management)**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

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

- |    |    |   |    |
|----|----|---|----|
| 1. | अ) | जाहिरात के सामाजीक एवं नैतिक पैलूपर चर्चा किजिए।          | 8  |
|    | ब) | विपणन मिश्र मे विज्ञापन कि भूमिका बताइए.                  | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | क) | जाहिरात का अर्थ, हेतु एवं कार्य लिखिए।                    | 16 |
| 2. | अ) | जाहिरात अभियानकि नियोजन प्रक्रियापर चर्चा किजिए।          | 8  |
|    | ब) | विपणन धोरण कि विशेषताए स्पष्ट किजिए।                      | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | क) | जाहिरात अंदाजपत्रक कि संकल्पना एवं प्रकार लिखिए।          | 16 |
| 3. | अ) | माध्यम नियोजन के महत्व स्पष्ट किजिए।                      | 8  |
|    | ब) | माध्यमो की मूल्यांकन प्रक्रिया बताइए।                     | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | क) | माध्यमोकी भूमिका एवं प्रकारोपर चर्चा किजिए।               | 16 |
| 4. | अ) | विज्ञापन संस्थाका चयन एवं समन्वय प्रक्रियापर चर्चा किजिए। | 8  |
|    | ब) | विज्ञापन के नियम विस्तार मे लिखिए।                        | 8  |
|    |    | <b>अथवा</b>   |    |
|    | क) | विज्ञापन संशोधनकि संकल्पना, रचना एवं कार्य लिखिए।         | 16 |
| 5. |    | टिपण लिखिए।   |    |
|    | अ) | विज्ञापनका इतिहास।  | 4  |
|    | ब) | DAGMAR दृष्टीकोण  | 4  |
|    | क) | माध्यमोका संशोधन  | 4  |
|    | ड) | इंटरनेट विज्ञापन  | 4  |

\*\*\*\*\*

