

T.Y.B.COM. SEM – VI (2014 COURSE) : WINTER - 2017

SUBJECT: MARKETING - VI

Day: Monday
Date: 30/10/2017

Time: 12.00 NOON TO 02.00 PM
Max. Marks: 40

W-2017-0307

N.B:

- 1) All questions are **COMPULSORY**.
 - 2) Figures to the right indicate **FULL** marks.
-

Q.1 Explain the advertising budget with the steps in advertising budget making process. (10)

OR

- a) Explain the fear appeal. (05)
- b) Describe the advantages and limitations of advertising as a profession. (05)

Q.2 What is 'Advertisement Layout'? Explain the modernistic advertisement. (10)

OR

- a) State negative emotional approach. (05)
- b) Explain the advantages of educational training in modern advertising. (05)

Q.3 What is the 'Incremental Concept'? Explain its significance in administrating of the budget. (10)

OR

- a) Describe the competitive parity method. (05)
- b) State the essentials of an effective appeal. (05)

Q.4 Write short notes on **ANY TWO** of the following: (10)

- a) Heading
- b) Decoration
- c) Product
- d) Border

* * * * *

मराठी रुपांतर

सूचना:

- १) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे.
- २) उजवीकडील अंक गुणांचा निर्देश करतात.

प्र.१ जाहिरात अंदाजपत्रक तयार करण्यातील टप्प्यांसह स्पष्ट करा. (१०)

किंवा

- अ) भीतीदायक आवाहने विशद करा. (०५)
- ब) जाहिरात पेशाचे फायदे व मर्यादा वर्णन करा. (०५)

प्र.२ 'जाहिरात रेखांकन' म्हणजे काय? आधुनिकतावादी जाहिरात स्पष्ट करा. (१०)

किंवा

- अ) नकारात्मक भावुकतापूर्ण दृष्टिकोन सांगा. (०५)
- ब) आधुनिक जाहिरातीमधील शिक्षण प्रशिक्षणाचे फायदे स्पष्ट करा. (०५)

प्र.३ वृद्धीसंबंधीची संकल्पना काय आहे? त्याचे अंदाजपत्रकीय प्रशासन स्पष्ट करा. (१०)

किंवा

- अ) स्पर्धात्मक समतुल्यता पध्दती वर्णन करा. (०५)
- ब) जाहिरातीमधील प्रभावी आवाहनांसाठी आवश्यक असणाऱ्या बाबी सांगा. (०५)

प्र.४ खालीलपैकी कोणत्याही दोनवर टीपा लिहा. (१०)

- अ) शीर्षक
- ब) सजावट
- क) वस्तू
- ड) सीमारेखा

* * * *