

BACHELOR OF COMMERCE (CBCS - 2018 COURSE)
T. Y. B. Com. Sem-V :SUMMER- 2022
SUBJECT : MARKETING-V

Day : Friday
Date : 15-07-2022

S-18178-2022

Time : 11:00 AM-02:00 PM
Max. Marks : 60

N. B. :

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

Q. 1 What are the benefits and limitations of advertising? **(12)**

OR

Discuss the role of consultant in advertising.

Q. 2 Describe the important factors of media plan design. **(12)**

OR

a) Elaborate the future of advertising agency. **(06)**

b) What are the essentials of good copy? **(06)**

Q. 3 Explain the various techniques of visualization in detail. **(12)**

OR

a) Discuss advertising scheduling. **(06)**

b) What are the advantages of illustration? **(06)**

Q. 4 What are the features of copy thinking? **(12)**

OR

a) Define 'AIDA' formula. **(06)**

b) How the Audience Segmentation is done? **(06)**

Q. 5 Write short notes on **ANY THREE** of the following: **(12)**

a) Reasons of changing the advertising agency

b) Dis-advantages of illustration

c) Outdoor advertising and film advertising

d) Objectives of product advertising

* * * * *

सूचना :-

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

- प्र .१ जाहिरातीचे फायदे आणि मर्यादा काय आहेत ? (१२)
किंवा
जाहिरातींमध्ये सल्लागाराच्या भूमिकेबद्दल चर्चा करा.
- प्र .२ माध्यमांच्या आराखड्याच्या योजनेतील घटकांचे वर्णन करा. (१२)
किंवा
अ) जाहिरात एजन्सीचे भविष्य विस्तृत करा. (०६)
ब) चांगल्या प्रतीसाठी काय आवश्यक आहे ? (०६)
- प्र .३ व्हिज्युअलायझेशनची विविध तंत्रे समजावून सांगा. (१२)
किंवा
अ) जाहिरात वेळापत्रकासंदर्भात चर्चा करा. (०६)
ब) दृष्टीकरणाचे फायदे काय आहेत ? (०६)
- प्र .४ प्रत विचारांची वैशिष्ट्ये कोणती आहेत ? (१२)
किंवा
अ) ए.आय.डी.ए. परिभाषित करा. (०६)
ब) प्रेक्षक विभाजन कसे केले जाते. (०६)
- प्र .५ खालीलपैकी कोणत्याही तीनवर टिपा लिहा. (१२)
अ) जाहिरात एजन्सी बदलण्याची कारणे
ब) स्पष्टीकरणाचे तोटे
क) मैदानी जाहिरात आणि चित्रपटाची जाहिरात
ड) उत्पादन जाहिरातीची उद्दीष्टे
