

- Notes :**
- 1) Students appearing for 100 marks shall write section I & II
 - 2) Students appearing for 70 shall write section I only.

Section I

(Attempt any five questions)

- | | | |
|------|---|----|
| Q. 1 | Television is the most powerful medium - comment. State the various advantages and disadvantages of Television Advertising. | 14 |
| Q. 2 | What is Advertising Appeal ? Explain different types of Advertising Appeals. | 14 |
| Q. 3 | Explain in detail the AIDA model of selling. | 14 |
| Q. 4 | a) Explain Ethics in Advertising. | 7 |
| | b) Write the Importance of Samples. | 7 |
| Q. 5 | What are the functions and services of Advertising Agency ? | 14 |
| Q. 6 | Define Marketing Research. What are the various methods of conducting Marketing Research ? | 14 |
| Q. 7 | Write short note (any two) | 14 |
| | a) Waste in Advertising | |
| | b) Illustration | |
| | c) Point of Purchase | |
| | d) Limitations of Marketing Research | |

Section II

(Attempt any two questions)

- | | | |
|-------|--|----|
| Q. 8 | Explain the effect of Advertising on production and distribution cost. | 15 |
| Q. 9 | a) What are the different types of outdoor Advertising ? | 7 |
| | b) Write a note on Agency compensation | 8 |
| Q. 10 | Write short notes on (any two) | 15 |
| | a) Audit Bureau of circulation | |
| | b) Active participants in Advertising | |
| | c) Buying Motives | |
| | d) Radio Advertising | |

- નોંધ : ૧) જે વિદ્યાર્થીઓ ૧૦૦ ગુણનું લખવાનું તેને બંને વિભાગ લખવા.
૨) જે વિદ્યાર્થીઓ ૭૦ ગુણનું લખવાનું તેને વિભાગ - ૧ જ લખવાનો રહેશે.

વિભાગ ૧

(કોઈપણ પાંચ પ્રશ્નોના જવાબ)

- પ્ર. ૧ ટેલિવિઝન એ એક શક્તિશાળી માધ્યમ છે. સમજાવો. ટેલિવિઝન જાહેરાતના કાયદા અને ગેરફાયદા લખો. ૧૪
- પ્ર. ૨ જાહેરાત આપીલ શું છે ? જાહેરાત અપીલના જુદા જુદા પ્રકારો સમજાવો. ૧૪
- પ્ર. ૩ AIDA મોડેલનું વેચાણ વિગતવાર સમજાવો. ૧૪
- પ્ર. ૪ અ) જાહેરાતમાં નિતિશાસ્ત્ર (Ethics) સમજાવો. ૭
બ) નમુનાનું (Samples) મહત્વ લખો ૭
- પ્ર. ૫ જાહેરાત એજન્સીના કાર્યો અને સર્વિસીસ શું છે ? ૧૪
- પ્ર. ૬ બજાર સંશોધનની વ્યાખ્યા લખો. બજાર સંશોધનની અલગ અલગ પદ્ધતિઓ શું છે ? ૧૪
- પ્ર. ૭ ટૂંકનોંધ લખો. (કોઈપણ બે) ૧૪
૧) જાહેરાત કચરો
૨) ચિત્રો
૩) ખરીદીના ચિહ્નો
૪) બજાર સંશોધનની ખૂબીઓ

વિભાગ ૨

(કોઈપણ બે પ્રશ્નોના જવાબ)

- પ્ર. ૮ જાહેરાત ઉત્પાદન અને વિતરણ ખર્ચ પર ની અસરો સમજાવો. ૧૫
- પ્ર. ૯ અ) આઈટડોર જાહેરાતના અલગ અલગ પ્રકારો શું છે ? ૭
બ) એજન્સી વળતર પર ટૂંકનોંધ લખો. ૮
- પ્ર. ૧૦ ટૂંકનોંધ લખો. (કોઈપણ બે) ૧૫
૧) ઓડિટ બ્યૂરો સર્ક્યુલેશન (circulation)
૨) જાહેરાતમાં સક્રિય સહભાગીઓ
૩) Buying Motives
૪) રેડિયો જાહેરાત

- सूचना : १) विद्यार्थ्यांनी १०० मार्कासाठी विभाग १ आणि २ दोन्ही सोडवावेत.
२) विद्यार्थ्यांनी ७० मार्कासाठी केवळ विभाग १ सोडवावा.

विभाग - १

(कोणतेही पाच प्रश्न सोडवा)

- प्र. १ “दूरदर्शन एक प्रभावी माध्यम” वर आपले विचार व्यक्त करा. दूरदर्शित जाहिरातीचे फायदे व तोटे स्पष्ट करा. १४
- प्र. २ जाहिरातीतील आवाहन म्हणजे काय ? त्याचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. १४
- प्र. ३ AIDA सुत्राचे विश्लेषण करा. १४
- प्र. ४ अ) जाहिरातीतील नैतिकता यावर स्पष्टीकरण द्या. ७
ब) Samples चे महत्व स्पष्ट करा. ७
- प्र. ५ जाहिरात संस्थेची विभिन्न कार्ये व सेवा कोणत्या ? स्पष्ट करा. १४
- प्र. ६ “विपणन संशोधन” या संज्ञेची व्याख्या द्या. विपणन संशोधनाच्या विभिन्न पद्धतींचे वर्णन करा. १४
- प्र. ७ कोणत्याही दोनवर टिपा लिहा. १४
अ) जाहिरातीतील अपव्यय
ब) जाहिरातीतील चित्र (Illustration)
क) क्रय बिंदू
ड) विपणन संशोधनाचे तोटे

विभाग - २

(कोणतेही दोन प्रश्न सोडवा)

- प्र. ८ जाहिरातीचा उत्पादन खर्च व वितरण खर्च यावर होणाऱ्या परिणामाचे स्पष्टीकरण द्या. १५
- प्र. ९ अ) बहिर्गत जाहिरातीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. ७
ब) जाहिरात संस्थेच्या मानधनावर (compensation) टीप लिहा. ८
- प्र. १० कोणत्याही दोनवर टिपा लिहा. १५
अ) ऑडिट ब्युरो ऑफ सर्क्युलेशन
ब) जाहिरातीतील क्रियाशील भागीदार
क) क्रय प्रेरणा (Buying Motives)
ड) आकाशवाणी जाहिरात