

Note: Students appearing for 100 marks shall write Section I & II

Students appearing for 70 marks shall write Section I only.

Section I

(Answer any 5 questions)

- Q. 1 State the importance of Copywriting. Explain the characteristics of a good copy. (14)
- Q. 2 Discuss the AIDA Model of selling. (14)
- Q. 3 Explain the importance of Outdoor Advertising. What are the advantages & disadvantages of Outdoor Advertising? (14)
- Q. 4 A) Is Advertising an economic waste. (07)
- B) List the limitations of Marketing Research. (07)
- Q. 5 Explain the factor affecting selection of an Advertising Agency. (14)
- Q. 6 Explain the benefits provided by Advertising to Manufacturer, Consumers & Society. (14)
- Q. 7 Short Notes (any two) - (14)
- a) Samples.
- b) Illustrations.
- c) Newspaper Advertising.
- d) Audit Bureau of Circulation

Section II

(Attempt any two questions)

- Q. 8 a) Explain the various types of Advertising appeals. (08)
- b) List the merits of an Advertising Agency. (07)
- Q.9 Define Marketing Research. Explain the various methods of conducting Marketing Research. (15)
- Q.10 Short Notes (any two) -
- a) Radio Advertising.
- b) Buying Motives.
- c) Trademark & Brands.
- d) Agency Compensation.

નોંધ : વિદ્યાર્થીએ વિભાગ ૧ અને ૨ ૧૦૦ ગુણ માટે લખવાનો છે.

જે વિદ્યાર્થીએ ૭૦ ગુણનું લખવાનું છે તેમણે ફક્ત વિભાગ ૧ જ લખવાનો રહેશે.

વિભાગ-૧

(કોઈપણ પાંચ પ્રશ્નોના જવાબ)

- (પ્ર.૧) કોપીરાઈટિંગનું મહત્વ લખો. સારા કોપીના લક્ષણો સમજાવો. (૧૪)
- (પ્ર.૨) AIDA મોડેલનું વેચાણ વિશે ચર્ચા કરો. (૧૪)
- (પ્ર.૩) આઉટડોર જાહેરાતનું મહત્વ સમજાવો. અને તેના ફાયદા અને ગેરફાયદા શું છે ? (૧૪)
- (પ્ર.૪) અ) શું જાહેરાત માટે ઈકોનોમીક ખરાબ છે ? (૦૭)
- બ) બજાર સંશોધનના ગેરફાયદાની યાદી લખો. (૦૭)
- (પ્ર.૫) જાહેરાત એજન્સી પસંદ કરવાના પરિબળો લખો. (૧૪)
- (પ્ર.૬) જાહેરાત ઉત્પાદક ગ્રાહકો અને સમાજ માટે ફાયદાકારક છે તે સમજાવો. (૧૪)
- (પ્ર.૭) ટૂંકનોંધ (કોઈપણ બે) (૧૪)
- a) નમૂના (Samples)
- b) ચિત્રો
- c) પેપર જાહેરાત
- d) ઓડિટ બ્યુરો સર્ક્યુલેશન (Circulation)

વિભાગ-૨

(કોઈપણ બે પ્રશ્નોના જવાબ)

- (પ્ર.૮) અ) જાહેરાત અપીલના જુદા જુદા પ્રકારો સમજાવો. (૦૮)
- બ) જાહેરાત એજન્સીની ગુણવત્તાની યાદી લખો. (૦૭)
- (પ્ર.૯) બજાર સંશોધનની વ્યાખ્યા લખો. બજાર સંશોધનની અલગ અલગ પદ્ધતિઓ સમજાવો. (૧૫)
- (પ્ર.૧૦) ટૂંક નોંધ લખો (કોઈપણ બે) (૧૫)
- એ) રેડિયો જાહેરાત
- બી) Buying Motives
- સી) ટ્રેડમાર્ક અને બ્રાન્ડ
- ડી) એજન્સી વળતર

सूचना - विद्यार्थ्यांनी १०० मार्क साठी विभाग १ आणि २ दोन्ही सोडवावेत.
विद्यार्थ्यांनी ७० मार्कसाठी केवळ विभाग १ सोडवावेत.

विभाग १

(कोणतेही पांच प्रश्न सोडावा)

- प्र. १ 'मजकुर लेखन' या संज्ञेचे महत्त्व लिहा. चांगल्या मजकुर लेखनाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा. (१४)
- प्र. २ AIDA सूत्राचे विश्लेषण करा. (१४)
- प्र. ३ बहीर्गत जाहिरातीचे महत्त्व स्पष्ट करा. वहीर्गत जाहिरातीचे फायदे व तोटे स्पष्ट करा. (१४)
- प्र. ४ अ. जाहिरात एक आर्थिक अपव्यय आहे का ? (०७)
- ब. 'विपणन संशोधनाचे' तोटे स्पष्ट करा. (०७)
- प्र. ५ जाहिरात संस्था निवडताना लक्षात ठेवणारे मुद्दे स्पष्ट करा. (१४)
- प्र. ६ जाहिरातीचे उत्पादकाला, ग्राहकाला आणि समाजाला होणारे लाभ स्पष्ट करा. (१४)
- प्र. ७ कोणत्याही दोन वर टिपा लिहा (१४)
- ए. Samples
- बी. जाहिरातीतील चित्र (illustrations)
- सी. वृत्तपत्र जाहिरात
- डी. ऑडिट ब्युरो ऑफ सर्व्युलेशन

विभाग २

(कोणतेही दोन प्रश्न सोडावा)

- प्र. ८ अ. जाहिरातीतील आवाहनाचे प्रकार स्पष्ट करा. (०८)
- ब. जाहिरात संस्थेची फायदे लिहा. (०७)
- प्र. ९ 'विपणन संशोधन' या संज्ञेची व्याख्या सांगा. विपणन संशोधनाच्या विभिन्न पद्धतीचे वर्णन करा. (१५)
- प्र. १० कोणत्याही दोनवर टिपा लिहा (१५)
- ए) आकाशवाणी जाहिरात
- बी) क्रय प्रेरणा (Buying Motivies)
- सी) व्यापार चिन्ह व बोध चिन्ह
- डी) जाहिरात संस्थेचे मानधन (Compensation)