

Duration: 2 1/2 Hrs

Marks: - 75

Note:-

- 1) All Questions are compulsory
- 2) Figures to the right indicate maximum marks.

- Q1. अ) खालीलपैकी कोणतेही 5 सोडवा:- (कोणतेही 5) (१५)
- 1) जाहिरातीचे पाच एम. Co1 U
 - 2) औद्योगिक जाहिरात. Co1 U R
 - 3) सरोगेट जाहिरात. Co1 U R
 - 4) घराबाहेर जाहिरात. Co1,2 U
 - 5) घोषणा Co1 U
 - 6) सर्जनशीलता परिभाषित करणे Co1,2 U R
 - 7) विक्री जाहिरातीचे प्रकार. Co1,2 U R
- Q2. अ) जाहिरातीचे घटक कोणते आहेत? Co1,2 U R (७)
- ब) जाहिरातीमध्ये नैतिकता आणि कायद्यांची काय गरज आहे? Co1,2 U R (८)
- किंवा
- क) साधन समाप्ती सिद्धांत योग्य उदाहरणासह स्पष्ट करा? Co1,2 U (७)
- ड) IMC परिभाषित करा? IMC चा उदय स्पष्ट करा? Co2 U R (८)
- Q3. अ) चित्रपट जाहिरात आणि उत्पादनाचे फायदे आणि तोटे स्पष्ट करा? Co1,2 U (७)
- ब) प्रसिद्धी आणि जाहिरात यात काय फरक आहे? Co1,2 U R (८)
- किंवा
- क) विक्री प्रोत्साहनाचे विविध प्रकार स्पष्ट करा? Co2 U R (७)
- ड) सर्जनशील धोरण विकास/योजना स्पष्ट करा? Co1,2 U R (८)
- Q4. अ) डायरेक्ट मार्केटिंगची वाढ स्पष्ट करा? Co1,2 U R (७)
- ब) जाहिरात प्रत म्हणजे काय? Co1,2 U R (८)
- किंवा
- क) इंटरनेट जाहिरातीचे फायदे आणि तोटे सांगा? Co1 U R (७)
- ड) ईमेल जाहिरातीचे फायदे आणि तोटे काय आहेत? Co1,2 U R (८)
- Q5: खालील गोष्टींसाठी लहान टिपा लिहा: (कोणतेही तीन) (१५)
- 1) जाहिरातीची वैशिष्ट्ये. Co1,2 U R
 - 2) जाहिरातीमध्ये नैतिकतेची गरज. Co2 U
 - 3) IMC ची भूमिका Co1 U
 - 4) डिजिटल आणि सोशल मीडिया मार्केटिंग. Co1 U
 - 5) जाहिरात मांडणी. Co1,2 U R

XXXXXXXXXXXXXXXX