

**SHRI. S. H. KELKAR COLLEGE OF ARTS COMMERCE & SCIENCE, DEVGAD.**

**DATE :- 25/10/2023 CLASS :- SYBCOM SEM III SUB :- Advertising -I (UBCOMFS.III) TOT. MARKS -100**

**वेळ : ३ तास**

**सूचना -१) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक**

**२) उजवीकडील अंक गुण दर्शवितात.**

**प्र.१. अ) पुढील दिलेल्या पर्यायांमधून योग्य पर्याय निवडून वाक्य पूर्ण करा. ( कोणतेही दहा ) [१०]**  
१.....मध्ये उत्पादनाची विक्री करण्यासाठी ग्राहकांसमोर वस्तू आणि सेवांचे सादरीकरण केले जाते.

(प्रसिद्धी, वैयक्तिक विक्री, विक्री प्रोत्साहन वरीलपैकी काहीही नाही)

२.....म्हणजे मान्य केलेल्या फायद्यांच्या बदल्यात आर्थिक सहाय्य ऑफर करणे.

(प्रसिद्धी, प्रायोजकत्व, जाहिरात, वरीलपैकी काहीही नाही)

३.....जनसंवादाचा सशुल्क प्रकार आहे.

(जाहिरात, प्रसिद्धी, विक्री, वरीलपैकी काहीही नाही)

४.....संस्थेची प्रतिष्ठा सांभाळते.

(थेट विपणन, जनसंपर्क, विक्री जाहिरात, वरीलपैकी काहीही नाही)

५.....नारे सह समानार्थी मानले जातात. (टॅगलाइन, हेडलाईन्स, लोगो)

६.....हे जाहिरातीसाठी सर्वात वेगाने वाढणारे माध्यम आहे. (दूरदर्शन, रेडिओ, इंटरनेट, वरीलपैकी काहीही नाही)

७.....जाहिरातीला प्रोबोना जाहिरात असेही म्हणतात.

(प्राथमिक, सामाजिक, व्यापार, वरीलपैकी काहीही नाही)

८. भारतीय जाहिरात उद्योग.....द्वारे नियंत्रित आणि नियंत्रित केला जातो.

(SEBI, DAVP, ASCI)

९.....जाहिरातीचे आयुष्य जास्त असते.

(टीव्ही, मासिक, रेडिओ, वरीलपैकी काहीही नाही)

१०. जाहिरातींवर सर्वाधिक खर्च केला जातो.....

(दूरदर्शन, इंटरनेट, प्रेस, वरीलपैकी काहीही नाही)

११. ....म्हणजे व्हिज्युअलद्वारे संवाद.

(अॅनिमेशन, ग्राफिक डिझायनिंग, व्हॉईस-ओव्हर, वरीलपैकी नाही)

१२.....जाहिरात संस्थेच्या उपलब्धींवर लक्ष केंद्रित करते.

(उत्पादन, संस्थात्मक, राजकीय, वरीलपैकी नाही)

**ब) चूक कि बरोबर ते लिहा. (कोणतेही दहा)**

१. टेलीमार्केटिंग हा थेट विपणनाचा एक प्रकार आहे.
२. विक्री प्रमोशन तंत्राचा अल्पावधीत फायदा होतो.
३. केवळ सेवांसाठी जाहिरात केली जाते.
४. सर्जनशील सेवा विभाग हा जाहिरात एजन्सीचा हृदय आणि आत्मा आहे.
५. जाहिरात एजन्सींना मान्यता मिळणे बंधनकारक आहे.
६. मीडिया खरेदी संस्था सर्जनशील सेवांमध्ये विशेषज्ञ आहेत.
७. टेली मार्केटिंग म्हणजे व्हिज्युअलद्वारे संवाद.
८. जाहिरातींचा समाजावर नकारात्मक आणि सकारात्मक प्रभाव पडतो.
९. अनैतिक जाहिराती संस्थेला दीर्घकाळ मदत करतात.
१०. वकिली जाहिरात आक्रमक आहे.
११. ब्रँड संकट फर्मसाठी फायदेशीर नाही.
१२. ब्रँड इक्विटी आणि ब्रँड व्यक्तिमत्व हे समानार्थी शब्द आहेत.

**प्र.२ पुढील प्रश्नांची उत्तरे सविस्तर लिहा. (कोणतेही दोन)**

(१५)

- अ) जाहिरातीची व्याख्या करा? त्याची वैशिष्ट्ये काय आहेत.
- ब) माध्यम आणि लक्षित प्रेक्षकांच्या आधारावर जाहिरातीचे वर्गीकरण करा.
- क) व्यावसायिक संस्था आणि ग्राहकांना जाहिरातीचे फायदे स्पष्ट करा.

**प्र.३ पुढील प्रश्नांची उत्तरे सविस्तर लिहा. (कोणतेही दोन)**

(१५)

- अ) जाहिरात एजन्सीद्वारे प्रदान केलेल्या सेवा स्पष्ट करा.
- ब) विविध एजन्सी भरपाई पद्धती काय आहेत.
- क) जाहिरातीतील करिअरसाठी कोणती अद्वितीय कौशल्ये आवश्यक आहेत?

**प्र.४ पुढील प्रश्नांची उत्तरे सविस्तर लिहा. (कोणतेही दोन)**

(१५)

- अ) जाहिरातींमध्ये नैतिक आणि सामाजिक समस्यांवर चर्चा करा.
- ब) अनैतिक जाहिरातींचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.
- क) भारतासारख्या देशामधील सामाजिक जाहिरातींची भूमिका काय आहे? ते स्पष्ट करा.

**प्र.५ पुढील प्रश्नांची उत्तरे सविस्तर लिहा. (कोणतेही दोन)**

(१५)

- अ) स्व-नियमनातील ASCI च्या भूमिकेची चर्चा करा.
- ब) AIDA मॉडेलची चर्चा करा.
- क) जाहिरातींमधील संप्रेषण प्रक्रियेचे तपशीलवार वर्णन करा.

**प्र.६ टिपा लिहा. (कोणत्याही चार)**

(२०)

१. जाहिरातींचे कोणतेही पाच फायदे.
२. अनैतिक जाहिराती.
३. जाहिरात एजन्सीद्वारे क्रिएटिव्ह सेवा प्रदान करतात.
४. पूर्ण सेवा एजन्सी.
५. हरित जाहिरात.
६. ब्रँड संकट.