



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----- मुख्य प्रकाशनाच्या अभिसरण प्रमाणित आणि ऑडिट करते.

(एबीसी, आयएनएस, एससीआय, वरीलपैकी काहीही नाही)

२. एसएमएस आणि एमएमएसद्वारे जाहिरात करणे ---- जाहिरातीचे एक प्रकार आहे.

(रेडिओ, मैदानी, डिजिटल, वरीलपैकी काहीही नाही)

३. ----- प्रकाशनात सर्वाधिक वाचकवर्ग आहे.

(दैनिक भास्कर, हिंदुस्थान टाईम्स , दैनिक जागरण, वरीलपैकी काहीही नाही)

४ चित्रपट जाहिराती अधिक ----- प्रभावात आहेत.

(सुखदायक, चिरस्थायी, आकर्षक, वरीलपैकी काहीही नाही)

५ भारतात.....वर्षात टेलिव्हिजन सुरू झाले.

(1949, 1959, 1969, वरीलपैकी काहीही नाही)

६. ---- जाहिरातीसाठी इंटरनेट एक किफायतशीर आहे.

(स्थानिक, राष्ट्रीय, जागतिक, वरीलपैकी काहीही नाही)

७ जाहिरात मोहिमेमध्ये एक ----- जाहिराती असते.

(गट, मालिका, भाग, वरीलपैकी काहीही नाही)

८. ---- म्हणजे जाहिरात खर्चाचे नियोजन.

(जाहिरात बजेट, मीडिया नियोजन, दगमार, वरीलपैकी काहीही नाही)

९. ----- एक / मीडिया उद्देश आहे.

(एमआरपी, टीआरपी, जीआरपी, वरीलपैकी काहीही नाही)

१० ----- ची उपलब्धता जाहिरात बजेटच्या प्रमाणात प्रभावित करते.

(उत्पादने, निधी, माध्यम, वरीलपैकी काहीही नाही)

११----- म्हणजे लक्षित प्रेक्षक विशिष्ट कालावधीत संदेशास किती वेळा उघड करतात.

(पोहोचा, वारंवारता, जीआरपी, वरीलपैकी काहीही नाही)

१२ उत्पादनांची सर्जनशीलता ---- स्थापित करते.

(आकार, सार, ओळख, वरीलपैकी काहीही नाही)

ब) चूक कि बरोबर ते लिहा.(कोणतेही दहा)

[१०]

१. पोहोच आणि वारंवारता हे शब्द समानार्थी आहेत.

२. मॅगझीन जाहिरातींचे संदर्भ मूल्य जास्त असते.

३. वर्तमानपत्रातील जाहिरातींमध्ये उत्पादनाचे प्रात्यक्षिक शक्य आहे.

४. सोशल मीडियाद्वारे मार्केटिंग करणे महाग आहे.

५. टेलिव्हिजन जाहिरातींमध्ये संदर्भ मूल्य नसते.

६. वेबसाइट हे मैदानी जाहिरातींचे एक रूप आहे.

७. दूरदर्शन हे भारतातील जनसंवादाचे सर्वात वेगाने वाढणारे माध्यम आहे.

८. जाहिरात थीम ही जाहिरात मोहिमेची मध्यवर्ती कल्पना आहे.

९. सर्जनशीलता जाहिरातीला संस्मरणीय बनवते.
१०. अपील म्हणजे उत्पादन खरेदी करण्यासाठी लक्षित प्रेक्षकांना आदेश.
११. होर्डिंग हा मैदानी जाहिरातीचा एक प्रकार आहे.
१२. रेडिओ जाहिराती हा जाहिरातीचा सर्वात जुना प्रकार आहे.



प्र.१ पुढील प्रश्नाची उत्तरे सविस्तर लिहा. (कोणतेही दोन)

[१५]

- अ) दूरदर्शन जाहिरातीचे फायदे आणि तोटे स्पष्ट करा?
- ब) घरातील जाहिरात म्हणजे काय? त्याचे फायदे आणि तोटे काय आहेत?
- क) इंटरनेट जाहिरात म्हणजे काय? त्याचे स्वरूप काय आहेत?

प्र.३ पुढील प्रश्नाची उत्तरे सविस्तर लिहा. (कोणतेही दोन)

[१५]

- अ) जाहिरात मोहिमेच्या पायऱ्या स्पष्ट करा.
- ब) जाहिरात बजेटवर परिणाम करणारे घटक कोणते आहेत?
- क) मिडिया निवडताना कोणत्या घटकांचा विचार केला पाहिजे?

प्र.४ पुढील प्रश्नाची उत्तरे सविस्तर लिहा. (कोणतेही दोन)

[१५]

- अ) जाहिरातींमध्ये सर्जनशीलता म्हणजे काय? त्याचे महत्त्व सांगा?
- ब) जाहिरात अपील काय आहेत? त्याचे प्रकार स्पष्ट करा.
- क) उच्च सहभाग उत्पादन काय आहेत? त्याची वैशिष्ट्ये काय आहेत.

प्र.५ पुढील प्रश्नाची उत्तरे सविस्तर लिहा. (कोणतेही दोन)

[१५]

- अ) प्रभावी मांडणीची तत्वे स्पष्ट करा?
- ब) जाहिरातींच्या शैलींची विविध अंमलबजावणी काय आहे?
- क) जाहिरात परिणामकारकतेचे भाग चाचणी म्हणजे काय? काय

प्र.६ टिपा लिहा. (कोणत्याही चार)

[२०]

१. धोवणा
२. कमी सहभाग उत्पादन
३. माध्यम संशोधन
४. चित्रपट जाहिरात
५. विक्री गुण.
६. दूरदर्शन रेटिंग गुण (TRP)