

T.Y.B.M.M (Add) V sem

NOV - 2018

UNIVERSITY PAPER

T.Y.B.M.M

[ADVERTISING]

SEM-V

NOV. - 2018

TYBmm - V

[2 Hours]

[Total Marks : 50]

Please check whether you have got the right question paper.

- Note:- (1) Questions No. 1 is compulsory.
(2) Attempt any three from Q.2 to Q.5.

Q1. A. Explain the following concepts

(5)

- i. Self-image.
- ii. Dogmatism.
- iii. Acculturation.
- iv. Subliminal perception.
- v. Cognitive dissonance.

Q1 B) Case Study:

(9)

Businessman Mr. Ramesh wants to launch complete segment of children wear, age group from 5 to 14, formal and casual wear consisting of ready-to-wear as well as customized garments. Based on the information, answer the following:

- (a) What message factors (structure & order) should be used and why?
- (b) What appeal of advertising would you suggest and why?
- (c) Who according to you would fit as endorser and why?

Q2.a) Write a note on Freudian theory of personality.

(6)

Q2.b) Explain Maslow's Need Hierarchy Theory giving suitable ad examples.
(one for each level)

(6)

Q3. a) Explain consumer decision making process in brief.

(6)

Q3.b) Give examples of advertisements that represent Indian core values. Justify your examples.

(6)

Q4 a) How do the needs differ at the different stages of Family Life cycle. Give examples of advertisements that fulfil needs of different stages of Family Life Cycle.

(6)

Q4 b) Explain SRI VALS II market segmentation in detail.

(6)

Q5. Write short notes on any 3 of the following.

(12)

- (i) Opinion Leader
- (ii) Subculture
- (iii) Adoption Process
- (iv) ELM.
- (v) Reference group.

TYBmr V old

[2½ Hours]

[Total Marks : 75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. For 60 Marks students attempt any 4 questions out of 5.
 2. Draw diagrams and give examples wherever necessary.
 3. Figures to the right indicate full marks.

Q1 (a) Explain the following concepts.

5marks

1. Virtual self.
2. Subliminal perception.
3. Classical conditioning..
4. Age subculture.
5. Ethnocentrism.

Q1(b) Explain how a marketer will use SRI VALS segmentation to promote a newly opened beauty saloon offering premium quality personalized beauty services. What will be the targeting and positioning strategy used by the company

10marks

Q2.(a) Write a note on Freudian theory of personality.

7 marks

Q2b) Identify five advertisements on the basis of Maslow's theory of Needs Hierarchy.

8marks

OR

Q2 c) Explain different message factors (structure and order effect) of communication process.

7 marks

Q2 d) Giving suitable examples explain the central and peripheral route to persuasion used by advertisers.

8 marks

Q3(a) What is culture? Give examples of advertisements that represent Indian core values. Justify your examples.

15marks

OR

Q3b) Explain the different stages of Family Life Cycle. Discuss the changing demand for products & services a newly married couple would make as they progress in the next two stages of Family Life cycle.

15marks

Q4.(a) Explain cognitive dissonance and discuss the various ways of reducing cognitive dissonance

7 marks.

Q4.(b) Cite 2 examples of how you applied the Tri-component model of attitude while making any recent purchase.

8 marks.

OR

Q4.(c) Explain the basic model of consumer decision making.

7 marks.

Q4.(d) Explain the characteristics of opinion leader. Describe any one situation in which you sought purchase and consumption related advice from an opinion leader.

8 marks.

Q5. Write Short Notes on any 3.

15 marks.

1. Reference group.
2. Diffusion process.
3. Types of appeal.
4. Demographic segmentation.
5. Need to study consumer behaviour.

(मराठी भाषांतर)

(वेळ : - 2.30 Hrs)

(एकूण गुण : 75)

सूचना :

1. For 60 Marks students attempt any 4 questions out of 5.
2. उजवीकडिल अंक पूर्ण गुण दर्शवतात.
3. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा.

प्र. 1 खालील संकल्पना स्पष्ट करा

1. स्वप्रतिमा
2. सुप्त आकलन
3. अभिजात अभिसंधान
4. उपसंस्कृति
5. वंशवादी वृत्ती

5

Q1ब) नवीन उघडलेल्या स्वास्थ्य केंद्राच्या प्रमोशन करिता बाजारपेठेत SRI VALS- II वर्गीकरणाचा कसा उपयोग होईल ते सविस्तर लिहा. कंपनी कडून लक्षित आणि प्रसिद्धी साठी कोणती रणनीती उपोगात आणली जाणार ?

10

Q2.अ) फ्रॉइडच्या व्यक्तिमत्त्वाच्या सिद्धांतावर टिपण लिहा

7

Q2.ब) मॅस्लो चा श्रेणीय (Hierarchy) गरजेचा सिद्धांतावर आधारित ५ जाहिराती ओळखा.

8

किंवा

Q2 क) संदेशवहन प्रक्रियेतील घटक (order and code effect) स्पष्ट करा.

7

Q2 ड) सुयोग्य उदाहरणासह जाहिरातीचे मन वळवण्याचे मध्यवर्ती आणि बाह्यवर्ती मार्ग स्पष्ट करा.

8

Q3अ) संस्कृती म्हणजे काय ?

पारंपारिक भारतीय मूल्यांचे प्रतिनिधित्व करण्याच्या जाहिरातीची उदाहरणे देऊन त्याचे स्पष्टीकरण द्या.

15

किंवा

Q3 ब) कौटुंबिक जीवनचक्राचे वेगवेगळे टप्पे स्पष्ट करा. नवीन लग्न झालेल्या जोडप्याच्या त्यांच्या आयुष्यात येणाऱ्या पुढच्या 2 टप्प्यांमध्ये उत्पादनांची निवड कशी बदलत जाईल याची उदाहरणे द्या.

15

Q4.अ) बोधात्मक विसंवाद म्हणजे काय हे स्पष्ट करा. जाहिरातदार बोधात्मक विसंवाद कसं कमी करू शकतात हे सांगा.

Q4 ब) तुम्ही नुकतीच कोणती खरेदी करत असताना त्रिस्तरीय घटक अभिवृत्ती सिद्धांताचा कसा वापर केला हे 2 उदाहरणासहित स्पष्ट करा

किंवा

Q4. क) ग्राहक निर्णय प्रक्रियेचे मुलभूत मॉडेल स्पष्ट करा

Q4.ड) तुमची नुकतीच केलेली एखादी खरेदी मतनायकामुळे कशी प्रभावित झाली याच उदाहरण घेऊन मतनायकाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

Q5. टिपा लिहा (कोणत्याही 3)

1. संदर्भ गट
2. अधिग्रहण प्रक्रिया
3. आवाहनाचे प्रकार
4. जनसांख्यिकीय वर्गवारी
5. ग्राहक वर्तन अभ्यासाची गरज

TYBm II New

Time: 2Hrs. 30 Mins

Marks :75

- N.B.** 1) Question No.1 is compulsory
2) Figures to the right indicate full marks

1. (a) Explain the following concepts.

(i) Self image.

(ii) Adoption.

(iii) Social class.

(iv) Acculturation

(v) Dogmatism

1. (b) CASE STUDY:

Godrej a well-known company wants to launch its garment's retail business .Based on this information answer the following question:

(i) What type of appeals they should use in their advertisement to capture the market? Explain(3)

(ii) What message structure should be used? Explain in detail. (3)

(iii) Who would you recommend as the brand ambassador to endorse the brand and why? (4)

Q2. (a) What is subculture? Explain the different subcultures in brief. (7)

Q2. (b) Analyse one advertisement at each level of Maslow's Need Hierarchy. (8)

OR

Q 2. (c) Explain the factors that influence in formation of attitudes. (7)

Q 2. (d) Which would be most appropriate Family Life Cycle market segment to be targeted for the following and why? (8)

(i) Housing

(ii) Insurance

Q3. (a). Write an explanatory note on the Tri-component attitude theory. Explain how you used the model while choosing your current smart phone. (15)

OR

Q3. (b) Explain the basic model of consumer decision making. (15)

Q4. (a) Explain the classification of SRI VALS II market segmentation in details (7)

Q 4.(b) State any two existing advertising messages and analyze how the marketer has tried to reduce cognitive dissonance. (8)

OR

Q4 (c). Explain how the concept of classical conditioning can be useful to marketers. (7)

Q4 (d) Explain Diffusion process in detail. (8)

Q5) Write short notes on any three : (15)

- a) Freudian theory.
- b) Subliminal perception
- c) ELM Model
- d) Opinion Leader
- e) Indian Core Values

(मराठी भाषांतर)

वेळ : - 2.30 तास

एकूण गुण : 75

सूचना :

1. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
2. उजवीकडिल अंक पूर्ण गुण दर्शवतात.
3. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा.

प्र. 1 खालील संकल्पना स्पष्ट करा

9

1. स्वप्रतिमा
2. ग्रहण प्रक्रिया
3. सामाजिक वर्ग
4. संस्कृति-संक्रमण
5. स्वमताग्रह

प्र.१.ब) गोदरेज या नामांकित कम्पनीला तयार कपड्यांच्या किरकोळ विक्रीच्या व्यवसायाची सुरुवात करायची आहे. या माहितीवर आधारित खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

1. बाजारपेठ काबीज करण्यासाठी कोणत्या प्रकारचे आवाहन तुमच्या जाहिरातीतून कराल ? स्पष्ट करा . 3
2. कोणत्या संदेश घटकाचा (Structure & order effect) कंपनी वापर करणार आणि का ? 3
3. कोणाची तुम्ही प्रतीमादूत आणि प्रवक्ता म्हणून निवड कराल आणि का ? 4

प्र. 2 अ) उपसंस्कृती म्हणजे काय ? उपसंस्कृतीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. 6

ब) मॅस्लो चा श्रेणीय (Hierarchy) गरजेचा सिद्धांत प्रत्येक पातळीवरील एका जाहिरातीचे उदाहरण देऊन स्पष्ट करा 6

किंवा

प्र.2 क) अभिवृत्ती निर्मितीवर प्रभाव पाडणारे घटक स्पष्ट करा.

ड) खालील उत्पादनांसाठी कौटुंबिक जीवनचक्राच्या कोणत्या टप्प्यांची तुम्ही निवड कराल ? का ? स्पष्ट करा.

1. घर
2. विमा

प्र. 3 अ) त्रिस्तरीय घटक अभिवृत्ती सिद्धांत विस्तृतपणे स्पष्ट करा. तुम्ही स्मार्ट फोन खरेदी करत असताना त्याचा कसा वापर केला हे स्पष्ट करा. किंवा

प्र. 3 ब) ग्राहक निर्णय प्रक्रियेचे मुलभूत मॉडेल स्पष्ट करा

प्रश्न 4 रा अ) SRI VALS II मूल्य आणि जीवनशैली बाजारपेठ वर्गवारी सविस्तर

स्पष्ट करा

ब)कोणतेही दोन जाहिरात संदेश सांगून जाहिरातदार बोधात्मक विसंवाद कसं कमी करू शकतात हे सांगा.

किंवा

क)अभिजात अभिसंधानाची संकल्पना सांगून ती जाहिरातदारांसाठी कशी उपयोगी पडते ते स्पष्ट करा.

ड) अधिग्रहण प्रक्रिया (Diffusion process) विस्तृतपणे स्पष्ट करा.

प्र. 5 टिपा लिहा (कोणत्याही 3)

1. फ्राँडचा सिद्धांत
2. सुप्त आकलन
3. ELM Model
4. मतनायक
5. पारंपरिक भारतीय मूल्ये

TY/Bmm
15/11
9/0

Duration: 2 hours 30 minutes

Marks 75.

N.B. 1. For 60 marks student attempt any 4 question out of 5

2. Figures to the right indicates maximum marks

3. Illustrate you answer with diagrams and examples wherever applicable

Q1.a. Explain the following concepts:

(06)

- i. Functional benefit
- ii. Brand Image
- iii. Brand Equity.
- iv. Extended identity
- v. Aided recall
- vi. Brand vision.

Q1.b. Case Study

Xiaomi wishes to expand its range of notebooks by launching the **Mi Notebook** in **India** - to recall, thus far, the company has **Mi Notebook Air**, **Mi Notebook Pro**, and **Mi Gaming Laptop** series. The new **notebook** has up to eighth-generation Intel Core i7 processors as well as 128GB of SSD storage alongside a 1TB of hard drive in various trendy colors

Based on the above inputs answer the following

- i. Analyse the current brand personality using the brand personality scale (03)
- ii. Is it a valid extension? Justify (03)
- iii. Based on the brand personality do you think there is a need for brand ambassador? Justify (03)

Q2. Answer the following

- a. What is the difference between corporate branding and product branding. (07)
 - b. Managing brand consistency is difficult overtime. Explain. (08)
- OR**
- c. What is Co-Branding? Explain the types of Co-Branding (07)
 - d. Explain Brand Identity Traps. (08)

Q3. Answer the following

- a. Explain Brand Asset Valuator (BAV). (07)
 - b. Explain the brand product Matrix with an industry example (08)
- OR**
- c. Explain brand personality v/s user imagery. (07)
 - d. Explain the process of branding? (08)

Q4. Answer the following

- a. Building strong Brands are difficult in the light of the statement. Explain the Brand Building Blocks in detail. (15)
- OR**
- b. Explain brand identity traps (15)

Q5. Answer Any Three short notes

(15)

- a. Stretching the brand up and down
- b. Brand Repositioning
- c. Brand Association
- d. Brand Licensing
- e. Brand Elements.

(वेळ: २.३० तास)

(एकुण गुण : ७५)

प्र. १. अ) खालील संकल्पना स्पष्ट करा.

१. कार्यात्मक लाभ (फंक्शनल बेनेफिट)
२. ब्रँड इमेज
३. ब्रँड इक्विटी
४. एक्स्टेंडेड आयडेंटिटी
५. एडेड रिकॉल
६. ब्रँड विजन

प्र.१ब) केसस्टडी

शाओमि या कंपनीने आपल्या नोटबुक मालिकेत भर करण्याचे ठरवले असून **Mi Notebook** भारतात विक्री सुरू करायची योजना आखली आहे.कंपनीने आतापर्यंत **Mi Notebook Air, Mi Notebook Pro, and Mi Gaming Laptop** मालिका सुरू केली आहे.नवीन नोटबुक मध्ये eighth-generation Intel Core i7 processors असेल,तसेच 128GB of SSD स्टोरेज असेल आणि 1TB ची hard driveअसेल तसेच हे उत्पादन विविध रंगात उपलब्ध असेल.

1. आता कंपनी अवलंबत असलेल्या ब्रँड सध्याच्या ब्रँड पर्सनॅलिटी विषयी लिहा. बिग फाईव्हचा वापर करून नवी पर्सनॅलिटी तयार करा. ०३
2. हे विस्तार योग्य आहे ? तुमचा युक्तीवाद सांगा. ०३
3. ब्रँड पर्सनॅलिटीच्या आधारे तुम्ही कोणाची ब्रँड एम्बेसॅडर म्हणून निवड कराल ०३

प्र. २. अ.) अ कॉर्पोरेट ब्रँडिंग आणि प्रोडक्ट ब्रँडिंग यातील फरक स्पष्ट करा ०७

प्र. २. ब) ब्रँड सातत्य राखणे सद्य काळात अवघड झाले आहे. स्पष्ट करा. ०८

किंवा

प्र. २. अ.)) को-ब्रँडिंग म्हणजे काय? को ब्रँडिंगच्या विविध प्रकारांची चर्चा कर ०७

प्र. २. ब) ब्रँड आयडेंटिटी ट्रॅप्सचे वर्णन करा. ०८

प्र. ३. अ ब्रँड असेट व्हल्यूएटोर (BAV) स्पष्ट करा ०७

प्र. ३. ब्रँड प्रोडक्ट मॅट्रिक्स चे इंडस्ट्री मधील उदाहरण घेऊन स्पष्ट करा. ०८

किंवा

प्र. ३. अ ब्रँड पर्सनॅलिटी विरुद्ध युजर ईमॅजरी स्पष्ट ०७

प्र. ३. ब ब्रँडिंग ची प्रक्रिया म्हणजे काय? ०८

प्रश्न. ४ अ) सद्य काळात भक्कम leveraging?बिल्डींग करणे कठीण झाले आहे. ब्रँड बिल्डींग ब्लॉक्स बदल सविस्तर लिहा.

किंवा

प्र. ४. ब) ब्रँड आयडेंटिटीशी संबंधित सापळे कोणते (ट्रॅप)

प्र. ५. टिपा लिहा (कोणत्याही तीन)

अ) स्ट्रेचिंग द ब्रँड अप अँड डाऊन

ब) ब्रँड रिपोजीशनिंग

क) ब्रँड असोशिएशन

ख) ब्रँड लायसनसिंग

ड) ब्रँड एलिमेंट्स

Ty Bmr E

Duration: 2 ½ hours

Marks 75.

N.B. 1. All questions are Compulsory

2. Figures to the right indicates maximum marks

3. Illustrate your answer with diagrams and examples wherever applicable

Q1. a. Explain the following concepts

(06)

- i. Brand Vision
- ii. Umbrella Branding
- iii. Core identity
- iv. Ingredient Co- branding
- v. Sub brand
- vi. Brand manager

Q1 b. Case study

For Ahmedabad-based Vini Cosmetics, the company best known for launching deodorant **FOGG**, (*Friends of Good Guys/Girls*) this adage holds true. While competitors were marketing based on smell, FOGG decided to sell on longevity. The brand also broke the stereotype communication with its campaign '*Kya Chal Raha Hai, Fogg Chal Raha Hai*'. Now the brand wishes to extend its portfolio by launching face wash for both Men and women.

On the basis of the given information answer the following questions:

- i. What line extension strategy would you suggest? Justify your answer. (03)
- ii. What is the current brand personality? Create a new personality using the big five. (03)
- iii. Whom according to you are suitable brand ambassadors based on the brand personality? (03)

Q2. Answer the following

- a. Explain brand awareness pyramid with the help of toothpaste segment. (07)
 - b. What are the 10 guidelines to build a brand? (08)
- OR
- c. What are brand building imperatives? (07)
 - d. Explain the four components of brand positioning. (08)

Q3. Answer the following

- a. Explain Young & Rubicam Graveyard model. (07)
 - b. Why do we reposition brands? Explain the various reasons with suitable examples. (08)
- OR
- c. Explain Brand Personality v/s User Imagery. (07)
 - d. Write a brief note on Brand Equity 10. (08)

Q4. Answer the following

- a. "While building a brand there are various blocks". Elucidate. (15)
- OR
- b. What is brand leveraging? Explain different methods of brand leveraging. (15)

Q5. Answer Any Three short notes

- a. Difference between brand v/s product.
- b. Brand Loyalty.
- c. Brand hierarchy.
- d. Limitations of branding.
- e. Multi branding strategy.

(15)

वेळ: 2 तास 30मिनिटे

गुण: 75

सूचना :

१. सूचना: सर्व प्रश्न अनिवार्य.
२. उजवीकडिल अंक पूर्ण गुण दर्शवतात.
३. आवश्यक तिथे उदाहरण आणि आकृती काढा.

प्र. १. खालील संकल्पना स्पष्ट करा

(६)

१. ब्रँड विजन
२. अम्ब्रेला ब्रँडिंग
३. कोअर आयडेंटिटी
४. को- ब्रँडिंगचे घटक
५. सब ब्रँड
६. ब्रँड मॅनेजर

ब) केस स्टडी

अहमदाबाद स्थित विनी कॉस्मेटिक्स हि कंपनी त्यांच्या डियोड्रंट साठी प्रसिद्ध आहे. FOGG, (friends of Good Guys/Girls) डियोड्रंट साठी प्रसिद्ध आहे.त्यांचे स्पर्धक सुगंध वर भर देत असतांना fogg ने दीर्घायुष्य वर भर दिला आहे.या ब्रँडने संवादाची साचेबद्धता पण त्यांच्या मोहिमेत "क्या चल रहा है,फॉग चल रहा है" या कॅचलाइन चा वापर करून मोडन काढली आहे.

आता या ब्रँडने महिला आणि पुरुषांसाठी फेसवॉश आणून आपल्या पोर्टफोलियो चा विस्तार करण्याचे ठरवले आहे.

खालील माहितीच्या आधारे खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

१. तुम्ही कंपनीला कोणत्या लाईन एक्सटेंशन स्ट्रॅटजी सूचवाल. तुमच्या स्ट्रॅटजीचे समर्थन करा (३)
२. आता कंपनी अवलंबत असलेल्या ब्रँड सध्याच्या ब्रँड पर्सनॅलिटी विषयी लिहा. बिग फाईव्हचा वापर करून नवी पर्सनॅलिटी तयार करा (३)
३. ब्रँड पर्सनॅलिटीच्या आधारे तुम्ही कोणाची ब्रँड ऍम्बेसॅडर म्हणून निवड कराल (३)

प्रश्न क्रमांक २

अ) ट्युपेस्ट सेगमेंटच्या आधारे ब्रँड ऍवेअरनेस पिरॉमिड स्पष्ट करा (७)

ब) ब्रँड निर्मितीची दहा तत्वे स्पष्ट करा. (८)

किंवा

अ) ब्रँड बिल्डिंगमधील अत्यावश्यक घटक कोणते? (७)

ब) ब्रँड पोजिशनिंगचे चार घटकां विषयी लिहा (८)

प्रश्न क्रमांक ३

अ) वॉश आणि रुविकॅम प्रारुपा विषयी लिहा (७)

ब) ब्रँड रिपोजिशनिंग स्योग्य उदाहरणांसह स्पष्ट करा (८)

किंवा

अ) ब्रँड पर्सनॅलिटी आणि यूझर इमेजिरी यातील फरक स्पष्ट करा (७)

ब) ब्रँड इन्विटी १० म्हणजे काय ? (८)

56968

प्रश्न क्रमांक 4


अ) ब्रॅड बिल्डिंग ब्लॉक्स म्हणजे काय?

किंवा

ब) leveraging म्हणजे काय ? ब्रॅड leveraging च्या विविध पद्धतींची चर्चा करा.

प्रश्न क्रमांक 5 टिपा लिहा (कोणत्याही तीन)

१. ब्रॅड आणि प्रॉडक्टमधील फरक
२. ब्रॅड लॉयल्टी
३. ब्रॅड हायरारकी
४. ब्रॅडिंगवरील मर्यादा
५. मल्टी ब्रॅडिंग स्ट्रॅटेजी

TY/13mm 

Duration : 2 hours

Marks 50

N.B. Q1. is compulsory

Answer any 3 from Q2. to Q5.

Q1.A. Explain the following not more than four statements:

(5)

- i. Generic Branding
- ii. Multi branding Strategy
- iii. Extended Identity
- iv. User imagery
- v. Brand vision

Q1. B. AMUL want to launch a vitamins packed 'AMUL FRUIT JUICE.' As a brand management team answer the following questions:

- i. What is the current brand personality? Should it change? Give reason? (03)
- ii. What is the line extension that you suggest? (03)
- iii. Define the target audience & there by the brand ambassador? (03)

Q2. Explain brand building blocks (12)

Q3. Explain Brand Equity Ten. Enumerate the 10 guidelines to building a brand? (12)

Q4. Explain Brand Asset Valuator (12)

Q5. Short Notes (Any 4) (12)

- a. Brand Extensions
- b. Rebranding
- c. Brand Loyalty
- d. Brand Licensing
- e. Brand Personality
- f. Brand vs Product

TYBmm V

(2 ½ Hours)

(Total Marks: 75)

Note:-

- 1) All the questions are compulsory.
- 2) Use of Calculator is permitted.
- 3) Cellular phones are not allowed.
- 4) Answer the questions in the sequence given in the question paper

Q. 1 CASE STUDY: -**15**

Create a Media Plan for a Titan Raga Espana watches costing Rs. 10,000 to Rs. 15,000. The advertisements are in colour. The budget for the print campaign is Rs 3 crores (3, 00, 00,000) and having a schedule that will last for two months.

Size:

Magazine: - Single and/or double spread

Newspaper: - Half page

Use the rate card given below:

Dallies	Readership 000's	Rate (in sq.cm)	Magazine	Readership 000's	Rate (Full Page Colour)
The Times of India	8392	4520	India Today(W)	6290	6,80,000
Indian Express	725	1650	Business World (W)	750	3,75,000
The Economic Times	1378	2750	Outlook (W)	2281	3,90,000
Dainik Bhaskan	17379	2569	Dalal Street Investment Journal (F)	500	3,50,000
The Hindu	3555	1720	Express Hospitality (F)	105	1,50,000
The Deccan Chronicles	1638	1570	Money Today (F)	2202	2,22,000
Mid- Day	785	339	Reader's Digest (M)	505	2,40,000
Punjab Kesari	4427	330	Sport Star (W)	1125	1,20,000
Daily Thanthi	9300	625	Chitralkha (Gujarat) (W)	1550	1,92,500
Dainik Jagran	21244	3132	The Week (W)	1219	2,75,000
Rajasthan Patrika	8400	800	Femina (W)	1041	2,60,000

Quarter page size equals 400 sq.cm. [25 cm (h) x 16 cm (w)]

Q.2 Attempt any one between 2a.1 and 2a.2. along with 2.b
[i.e. (Attempt either 2a. 1 OR 2a. 2 for 8 marks) and 2.b. for 7 marks]

2. (a).1 Answer the following: -

08

	Media 1	Media 2
Reach	40	30
Frequency	14	12
Average Exposure cost	35000	55000
Budget	5, 50,000	6, 70,000

Find the % TA, GRP and CPRP for Media 1 and Media 2

OR

2. (a).2 Answer the following: -

08

35,000 people see an advertisement 4 times, 45,000 people see an advertisement 7 times, and 15,000 people see an advertisement 3 times. Total cost of advancing is 75,000. Universe is 1, 80,000. Find the Reach %, GVT & CPT.

2. (b) Find the average frequency of the advertisement in the magazine using the data given below:

07

Readership of Magazine A= 38,000, Magazine B= 28,000, Magazine C= 40,000

Duplication of Magazine A with Magazine B =3500

Duplication of Magazine B with Magazine C =4500

Duplication of Magazine C with Magazine A =4000

No of insertion of Magazine A=3, Magazine B=5, Magazine C=6

OR

2. (c) Explain the elements of Communication Mix?

15

Q. 3. Answer the following:-

a. Explain the various sources of media research.

08

b. What are various factors considered under Media Brief?

07

OR

c. What are Media Scheduling strategies?

08

d. Explain the factors affecting the choice of Newspaper advertising?

07

Q. 4 Answer the following:-

a. What are strategies of successful negotiation process?

08

b. Explain Email Marketing in detail

07

OR

c. What are the challenges of Media planning?

08

d. Explain various compensation methods in digital Media buying.

07

Q. 5 Write short notes: -Any 3

15

a. SEO

b. NCCS Grid

c. Programmatic Buying

d. Ambient Advertising

e. Affiliate Networks

मराठी भाषांतर

(2 ½ तास)

(एकूण गुण ७५)

सूचना : कॅल्क्युलेटरचा वापर करण्यास परवानगी आहे.

सेलफोनचा वापर करण्यास परवानगी नाही.

इंग्रजी प्रश्नपत्रिका मूळ प्रश्नपत्रिका आहे.

१. पुढील उत्पादनाकरीता मिडीया प्लान तयार करा.

15

टायटन रागा इस्पाना घड्याळ ज्याची किंमत १० हजार ते १५ हजार दरम्यान असणार आहे.

जाहिरात माध्यम कालावधी २ महिने. जाहिरात रंगीत असेल. जाहिरातीचे अंदाजपत्रक ३ करोड

(३०,००,००००)

जाहिरातीचा आकार

मासिक: संपूर्ण पान आणि / किंवा जोड पान

वर्तमानपत्र: अर्ध पान जाहिरात

सूचना : सोबत जोडलेले दरपत्रक वापरावे.

Dallies	Readership 000's	Rate (in sq.cm)	Magazine	Readership 000's	Rate (Full Page रंगीत)
द टाइम्स ऑफ इंडिया	८३९२	४५२०	इंडिया टुडे (W)	६२९०	६,८०,०००
इंडियन एक्सप्रेस	७२५	१६५०	बिजनेस वल्ड (W)	७५०	३, ७५,०००
द इकोनॉमिक्स टाइम्स	१३७८	२७५०	आउटलुक (W)	२२८१	३,९०,०००
दैनिक भास्करन	१७३७९	२५६९	दलाल स्ट्रीट इंवेस्टमेंट जर्नल (F)	५००	३,५०,०००
द हिंदू	३५५५	१७२०	एक्सप्रेस हॉस्पिटलीटी(F)	१०५	१,५०,०००
The Deccan Chronicles	१६३८	१५७०	मनी टुडे (F)	२२०२	२, २२, ०००

मिड दडे	७८५	३३९	रीडर्स डायजेस्ट (M)	५०५	२,४०,०००
पंजाब केसरी	४४२७	३३०	स्पोर्ट स्टार (W)	११२५	१,२०,०००
दैनिक (तमिळ)	९३००	६२५	चित्रलेखा (गुजरात) (W)	१५५०	१,९२,५००
दैनिक जागरण (हिंदी)	२१२४४	३१३२	द विक (W)	१२१९	२,७५,०००
राजस्थान पत्रिका (हिंदी)	८४००	८००	फेमिना (W)	१०४१	२,६०,०००

दर : एक चतुर्थांश पानाचा आकार ४०० चौ.से.मी म्हणजे (२५ से. मी. (उंची) १६ से. मी. (रुंदी)

प्र.२ अ.१ किंवा प्र.२अ.२ या पैकी एक व प्र. २ ब. सोडवा

प्र.२ अ. १ किंवा प्र. २अ.२ हा ८ मार्कासाठी आणि प्र. २ ब हा ७ मार्कासाठी आहे.

प्र.२ अ १.खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

	मिडिया १.	मिडिया २.
पोहोच	४०	३०
वारंवारता	१४	१२
एईसी (Average Exposure cost)	३५०००	५५०००
बजेट	५,५०,०००	६,७०,०००

शोधा : % TA, GRP आणि CPRP मिडिया १ व मिडिया २ साठी

किंवा

प्र.२ अ.२ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

३५,००० लोक एक जाहिरात ४ वेळा पाहतात, ४५,००० लोक ७ वेळा जाहिरात पाहतात आणि

१५,००० लोक ३ वेळा जाहिरात पाहतात. जाहिरातीची संपूर्ण किंमत= ७५,०००, विश्व

१८०,००० ,

शोधा: पोहोच % , GVT आणि CPT

प्र. २ ब. पुढील मासिकांमधील जाहिरातींची सरासरी वारंवारतापुढील माहितीचा उपयोग करून शोधा

रिडरशिप; मासिक अ - ३८,०००

मासिक ब - २८,०००

मासिक क - ४०,०००

मासिक 'अ' चे इयूप्लीकेशन मासिक 'ब' सोबत = ३५००

मासिक 'ब' चे इयूप्लीकेशन मासिक 'अ' सोबत = ४५००

मासिक 'क' चे इयूप्लीकेशन मासिक 'अ' सोबत = ४०००

इंटरशेन नसल्यास

मासिक 'अ'=३, मासिक 'ब'= ५ , मासिक 'क' =६

किंवा

२ क. संवाद मिश्र याचे घटक स्पष्ट करा ?

१५

प्र. ३ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. माध्यम संशोधनाचे विविध स्रोत स्पष्ट करा

८

ब. माध्यम संक्षिप्त मध्ये (मिडीया ब्रिफ) कोणते वेगवेगळे घटक विचारात घेतले जातात?

७

किंवा

क. माध्यम वेळापत्रक रणनीती काय आहे ?

८

ड. वृत्तपत्र जाहिरातीची निवड करताना कोणते घटक विचारात घेतले जातात?

७

प्र. ४ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. यशस्वी वाटाघाटीची (negotiation) रणनीती काय आहे ?

८

ब. इमेलद्वारे विपणन यावर सविस्तर टीप लिहा.

७

किंवा

क. माध्यम नियोजनामधील आवाहने काय आहेत ?

८

ड. डिजिटल माध्यम खरेदी करताना भरपाईचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.

७

प्र. ५ टिप लिहा (कोणत्याही तीन)

१५

अ. एस. डी. ओ (SEO)

ब. NCCS ग्रीड

क. कार्यक्रमनिहाय खरेदी

ड. रॉन्विअंट जाहिराती

इ. रॉन्लिपेटेड नेटवर्क

T/Bm 10/2

(2 ½ Hours)

(Total Marks: 75)

Note:-

- 1) All the questions are compulsory.
- 2) Use of Calculator is permitted.
- 3) Cellular phones are not allowed.
- 4) Answer the questions in the sequence given in the question paper

Q. 1 CASE STUDY: -

Create a Media Plan for a Titan Raga Espana watches costing Rs. 10,000 to Rs. 15,000. The advertisements are in colour. The budget for the print campaign is Rs 3 crores (3, 00, 00,000) and having a schedule that will last for two months.

Size:

Magazine: - Single and/or double spread

Newspaper: - Half page

Use the rate card given below:

Dallies	Readership 000's	Rate (in sq.cm)	Magazine	Readership 000's	Rate (Full Page Colour)
The Times of India	8392	4520	India Today(W)	6290	6,80,000
Indian Express	725	1650	Business World (W)	750	3,75,000
The Economic Times	1378	2750	Outlook (W)	2281	3,90,000
Dainik Bhaskan	17379	2569	Dalal Street Investment Journal (F)	500	3,50,000
The Hindu	3555	1720	Express Hospitality (F)	105	1,50,000
The Deccan Chronicles	1638	1570	Money Today (F)	2202	2,22,000
Mid- Day	785	339	Reader's Digest (M)	505	2,40,000
Punjab Kesari	4427	330	Sport Star (W)	1125	1,20,000
Daily Thanthi	9300	625	Chitralkha (Gujarat) (W)	1550	1,92,500
Dainik Jagan	21244	3132	The Week (W)	1219	2,75,000
Rajasthan Patrika	8400	800	Femina (W)	1041	2,60,000

Quarter page size equals 400 sq.cm. [25 cm (h) x 16 cm (w)]

Q.2 Attempt any one between 2a.1 and 2a.2. along with 2.b
[i.e. (Attempt either 2a. 1 OR 2a. 2 for 8 marks) and 2.b. for 7 marks]

2. (a).1 Answer the following: -

08

	Media 1	Media 2
Reach	40	30
Frequency	14	12
Average Exposure cost	35000	55000
Budget	5, 50,000	6, 70,000

Find the % TA, GRP and CPRP for Media 1 and Media 2

OR

2. (a).2 Answer the following: -

08

35,000 people see an advertisement 4 times, 45,000 people see an advertisement 7 times, and 15,000 people see an advertisement 3 times. Total cost of advancing is 75,000. Universe is 1, 80,000. Find the Reach %, GVT & CPT.

2. (b) Find the average frequency of the advertisement in the magazine using the data given below:

07

Readership of Magazine A= 38,000, Magazine B= 28,000, Magazine C= 40,000

Duplication of Magazine A with Magazine B =3500

Duplication of Magazine B with Magazine C =4500

Duplication of Magazine C with Magazine A =4000

No of insertion of Magazine A=3, Magazine B=5, Magazine C=6

OR

2. (c) Explain the elements of Communication Mix?

15

Q. 3. Answer the following:-

a. Explain the various sources of media research.

08

b. What are various factors considered under Media Brief?

07

OR

c. What are Media Scheduling strategies?

08

d. Explain the factors affecting the choice of Newspaper advertising?

07

Q. 4 Answer the following:-

a. What are strategies of successful negotiation process?

08

b. Explain Email Marketing in detail

07

OR

c. What are the challenges of Media planning?

08

d. Explain various compensation methods in digital Media buying.

07

Q. 5 Write short notes: -Any 3

15

a. SEO

b. NCCS Grid

c. Programmatic Buying

d. Ambient Advertising

e. Affiliate Networks

मराठी भाषांतर

(2 ½ तास)

(एकूण गुण ७५)

सूचना : कॅल्क्युलेटरचा वापर करण्यास परवानगी आहे.

सेलफोनचा वापर करण्यास परवानगी नाही.

इंग्रजी प्रश्नपत्रिका मूळ प्रश्नपत्रिका आहे.

१. पुढील उत्पादनाकरीता मिडीया प्लान तयार करा.

15

टायटन रागा इस्पाना घड्याळ ज्याची किंमत १० हजार ते १५ हजार दरम्यान असणार आहे.

जाहिरात माध्यम कालावधी २ महिने. जाहिरात रंगीत असेल. जाहिरातीचे अंदाजपत्रक ३ करोड (३०,००,००००)

जाहिरातीचा आकार

मासिक: संपूर्ण पान आणि / किंवा जोड पान

वर्तमानपत्र: अर्धे पान जाहिरात

सूचना : सोबत जोडलेले दरपत्रक वापरावे.

Dallies	Readership 000's	Rate (in sq.cm)	Magazine	Readership 000's	Rate (Full Page रंगीत)
द टाइम्स ऑफ इंडिया	८३९२	४५२०	इंडिया टुडे (W)	६२९०	६,८०,०००
इंडियन एक्सप्रेस	७२५	१६५०	बिजनेस वल्ड (W)	७५०	३, ७५,०००
द इकोनॉमिक्स टाइम्स	१३७८	२७५०	आउटलुक (W)	२२८१	३,९०,०००
दैनिक भास्करन	१७३७९	२५६९	दलाल स्ट्रीट इंवेस्टमेंट जर्नल (F)	५००	३,५०,०००
द हिंदू	३५५५	१७२०	एक्सप्रेस हॉस्पिटलीटी(F)	१०५	१,५०,०००
The Deccan Chronicles	१६३८	१५७०	मनी टुडे (F)	२२०२	२, २२, ०००

मिड दडे	७८५	३३९	रीडर्स डायजेस्ट (M)	५०५	२,४०,०००
पंजाब केसरी	४४२७	३३०	स्पोर्ट स्टार (W)	११२५	१,२०,०००
दैनिक (तमिळ)	९३००	६२५	चित्रलेखा (गुजरात) (W)	१५५०	१,९२,५००
दैनिक जागरण (हिंदी)	२१२४४	३१३२	द विक (W)	१२१९	२,७५,०००
राजस्थान पत्रिका (हिंदी)	८४००	८००	फेमिना (W)	१०४१	२,६०,०००

दर : एक चतुर्थांश पानाचा आकार ४०० चौ.से.मी म्हणजे (२५ से. मी. (उंची) १६ से. मी. (रुंदी)

प्र.२ अ.१ किंवा प्र.२अ.२ या पैकी एक व प्र. २ ब. सोडवा

प्र.२ अ. १ किंवा प्र. २अ.२ हा ८ मार्कासाठी आणि प्र. २ ब हा ७ मार्कासाठी आहे.

प्र.२ अ १.खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

	मिडिया १.	मिडिया २.
पोहोच	४०	३०
वारंवारता	१४	१२
एईसी (Average Exposure cost)	३५०००	५५०००
बजेट	५,५०,०००	६,७०,०००

शोधा : % TA, GRP आणि CPRP मिडिया १ व मिडिया २ साठी

किंवा

प्र.२ अ.२ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

३५,००० लोक एक जाहिरात ४ वेळा पाहतात, ४५,००० लोक ७ वेळा जाहिरात पाहतात आणि १५,००० लोक ३ वेळा जाहिरात पाहतात. जाहिरातीची संपूर्ण किंमत = ७५,०००, विश्व १८०,००० ,

शोधा: पोहोच % , GVT आणि CPT

प्र. २ ब. पुढील मासिकांमधील जाहिरातींची सरासरी वारंवारतापुढील माहितीचा उपयोग करून शोधा

रिडरशिप; मासिक अ - ३८,०००

मासिक ब - २८,०००

मासिक क - ४०,०००

मासिक 'अ' चे इयूप्लिकेशन मासिक 'ब' सोबत = ३५००

मासिक 'ब' चे इयूप्लिकेशन मासिक 'अ' सोबत = ४५००

मासिक 'क' चे इयूप्लिकेशन मासिक 'अ' सोबत = ४०००

इंटरशन नसल्यास

मासिक 'अ'=३, मासिक 'ब'= ५ , मासिक 'क' =६

किंवा

२ क. संवाद मिश्र याचे घटक स्पष्ट करा ?

१५

प्र. ३ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. माध्यम संशोधनाचे विविध स्रोत स्पष्ट करा

८

ब. माध्यम संक्षिप्त मध्ये (मिडीया ब्रिफ) कोणते वेगवेगळे घटक विचारात घेतले जातात?

७

किंवा

क. माध्यम वेळापत्रक रणनीती काय आहे ?

८

ड. वृत्तपत्र जाहिरातीची निवड करताना कोणते घटक विचारात घेतले जातात?

७

प्र. ४ खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. यशस्वी वाटाघाटीची (negotiation) रणनीती काय आहे ?

८

ब. इमेलद्वारे विपणन यावर सविस्तर टीप लिहा.

७

किंवा

क. माध्यम नियोजनामधील आवाहने काय आहेत ?

८

ड. डिजिटल माध्यम खरेदी करताना भरपाईचे विविध प्रकार स्पष्ट करा.

७

प्र. ५ टिपा लिहा (कोणत्याही तीन)

१५

अ. एस. डी. ओ (SEO)

ब. NCCS ग्रीड

क. कार्यक्रमनिहाय खरेदी

ड. ऍम्बिअंट जाहिराती

इ. ऍफिलिएटेड नेटवर्क

YBmm
V

(2 Hours)

[Total Marks: 50]

- N. B: 1. Question No 1 is compulsory
 2. Attempt any three from question Nos 2, 3, 4, & 5
 3. Use of Calculator is permitted
 4. Cellular phones are not allowed

Q.1. CASE STUDY:

Create a Media Plan for 'Lexus, Luxury car costing between Rs 55, Lacs to Rs 58 Lacs. The budget for the print campaign is three crore (30000000).

14

Magazine: Single and/ or double spread

Newspaper: Half page

Use rate card given below

Dailies	Readership 000's	Rates (in sq cm)	Magazine	Readership 000's	Rate (Full page) colour
The Times of India	8092	4110	India Today (W)	6210	660000
The Indian Express	725	750	Business World (W)	750	375,000
The Hindu	3786	1415	Business Today (F)	755	340,000
Hindustan Times	3947	2085	Express Hospitality (F)	105	150,000
The Deccan Chronicle	1638	1570	Dalal Street Investment Journal (F)	500	350,000
Mid-day	785	339	Money Today (F)	220	220,000
Punjab Kesari	4427	330	Femina (F)	1041	260,000
Dainik Bhaskar	17379	2569	Reader's Digest (M)	505	240,000
The Economic Times	1178	2950	Sport star (W)	1125	120,000
Malayala Manorama	7750	750	Business India (F)	650	2,25,000
Rajasthan Patrika	8400	800	The Week	1219	2,75,000
Dainik Bhaskar	17379	2569	Chitralekha (Gujarati) (W)	1550	192500
Daily Thanthi (Tamil)	9300	625	Outlook Business (F)	850	245000

Rate: Quarter page size equals 400 sq.cm. (25 cm (h) x 16 cm (w))

Q.2. Attempt any ONE

Media 1: Reach = 38, Frequency = 12, TPC = 9, 00,000, AEC = 65,000

Media 2: Reach = 55, Frequency = 11, TPC = 5, 00,000, AEC = 75,000

Find the % TA, GRP and CPRP for Media 1 and Media 2

12

If reach and budget are interchanged, determine the changes for Media 1 and Media 2

OR

b. Reach is 55 %, Frequency is 11 and the TA is 45%.

The cost per spot is:

8 @ Rs 35,000 per spot

4 @ Rs 45, 000 per spot

6 @ Rs 77,000 per spot

2 @ Rs 80,000 per spot

AEC = 75,000. Find, GRP, CPRP and Budget.

What are the corresponding changes is the Budget is decreased by 15 % and the CPRP is constant.

OR

c. Write a detailed note on Newspaper media buy

Q.3. Answer any two of the following:

12

- What are the various elements of Media Strategies?
- Write short note on split run
- Write a note on Advantages and Disadvantages of the Television

Q.4. Answer any three of the following:

12

- Write short note on various elements of Newspapers buys
- Explain Media Objectives
- Write short note on media Mix
- Write short note on Ambient advertising

Q. 5. Define any six of the following:

12

- Media Audit
- Spot buys
- BDI
- OTS
- Duplication
- Run of schedule
- GRP
- CPM
- SEC

TYBmm  2/0

(REVISED COURSE - 2016)

(2½ Hours)

(Total Marks: 75)

NOTE

- a. All Questions are compulsory.
- b. Answer the question in the sequence given in the question paper. Do not change the sequence.
- c. Read the questions carefully before answering.
- d. Figures to the right indicate the full marks.
- e. Give example when necessary.

1. Multimedia campaign and strategy

Keeping in mind India's love for Rice, McDonald's has come up with a rice menu for the Indian market. Known for its mouth-watering burgers and fries, the food company is taking a detour aimed at introducing a 'glocal taste and modern experience' with this new addition. McDonald's announced two variants in its lunch menu, Spicy Rice and Cheesy Rice. Consumer research showed that consumers want to have more options during lunch and dinner.

Brief for the new campaign: With the launch of rice, McDonald has not only addressed the need for a wholesome meal but given them a form that they are familiar with.

Answer the following :

- a) Prepare a creative brief for making an impact on the target Audience. [4]
- b) Suggest an appropriate Message strategy. [2]
- c) Create a print advertisement campaign based on the creative brief (Two advertisements). [4]
- d) Prepare a 30 sec story board for Television commercial based on the creative brief. [5]

OR

1. The popular ridesharing app Uber intends to employ more female drivers as traditional taxi and chauffeur services. But that's not enough. Uber has announced that it was partnering with the group UN Women to create an additional one million jobs for female drivers by 2020.

Brief for the new campaign: The campaign may be a way for Uber to build goodwill amidst calls for stricter ridesharing regulation from the taxi industry and some negative press for Uber on how drivers' are paid and treated, which has been fighting Uber since its launch.

Answer the following :

- a) Prepare a creative brief for making an impact on the target audience [4]
- b) Suggest an appropriate message strategy [2]
- c) Create a print advertisement campaign based on the creative brief [Two advertisements] [4]
- d) Prepare a storyboard of 30 secs. for a TV commercial [5]

1. A. What are the essentials of writing a good copy for Executives? [8]
- B. Write a Radio Spot (30 sec) to promote Sunfeast Dark Fantasy Choco Fills biscuits. [7]

OR

1. C. Write a direct mailer to the selected target group promoting the ZEE5, a video on demand website run by Zee Entertainment Enterprises Limited. It was launched in India on February 14, 2018 with content in 12 languages. The website also has an app, ZEE5 App. [8]

- D. Describe various principles of copy writing. [7]

3. A. Write a press release on behalf of Savlon, ITC's leading hygiene brand. Savlon has unveiled 'Savlon Swasth India Mission' in 2016. The programme is anchored on the 'Healthier kids, Stronger India' proposition and in a span of less than two years has already covered more than 3700 schools benefitting over 1.7 million children across key states in India like Uttar Pradesh, Maharashtra, Madhya Pradesh, Odisha, Jharkhand and Karnataka. Building on the success of the 'Healthy Hands Chalk Sticks', the company also launched its 'Savlon ID Guard' initiative. The initiative leveraged Savlon's multi-use handwash sachet to enhance convenience and induce children into the habit of washing hands. The same has been piloted in 32 schools and will be rolled out to over 1000 schools in the ensuing months. [8]
- B. Write brief note on the Big Idea in the development of creative strategy. Describe best-known approaches for big idea [7]
- OR
3. C. Write a note on any three idea generation techniques. [8]
- D. Explain the use of Fear appeal in advertising. Evaluate any one television commercial to have use fear appeal. [7]
4. A. Write a copy for email message promoting Kerala Tourism. Kerala a state on India's tropical Malabar Coast, has nearly 600km of Arabian Sea shoreline. It's known for its palm-lined beaches and backwaters, a network of canals. Inland are the Western Ghats, mountains whose slopes support tea, coffee and spice plantations as well as wildlife. National parks like Eravikulam and Periyar, plus Wayanad and other sanctuaries, are home to elephants, langur monkeys and tigers. [8]
- B. Write a note on Transcreation principles. [7]
- OR
- C. Explain various elements of Print advertisement [8]
- D. Prepare a classified ad for 'Hinduja Healthcare cardiac screening package at Rs.1,999. It offers Stress test, lipid profile, CBC, and Cardiologist consultation. [7]
5. Answer any three of the following: [15]
1. Discuss the pros and cons of using humour in advertising with examples.
 2. Create a copy for an outdoor poster. The brand is Deep Heat Gel, which provides instant pain relief from all types of pain.
 3. Write short note on Marketing Brief
 4. Write a copy for sms campaign. The service is 'OLA' promotional offer.

(मराठी रुपांतर)

(२^१/_२ तास)

(एकूण गुण: ७५)

सूचना: १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२. प्रश्नपत्रिकेतील प्रश्नक्रमानुसारच उत्तरे लिहा. क्रम बदलू नका.

३. उत्तर लिहिण्यापूर्वी प्रश्न काळजीपूर्वक वाचा.

४. उजवीकडील अंक प्रश्नाचे पूर्ण गुण दर्शवितात.

५. आवश्यक तेथे उदाहरणांचा वापर करा.

[8]

१. बहुमाध्यम मोहीम :

(१५)

भारतीय स्वाद्यसंस्कृती लक्षात घेता भारतीयांचा अधिक ओढा भाताकडे असतो हे मॅकडोनल्डच्या लक्षात आले आहे. याचमुळे अधिकाधिक भारतीयांना मॅकडोनल्डकडे भोजनाकारीता आकृष्ट करण्याकरीता भाताचे नवीन प्रकार त्यांच्या नेहमीच्या मेनूमध्ये समाविष्ट केले आहेत. बर्गर आणि फ्रेन्च फ्राईजसाठी नावाजलेल्या मॅकडोनल्डचे लक्ष आता वैश्विक रुचि आणि आधुनिक अनुभव या नव्या तत्वाला स्वीकारणाऱ्या ग्राहकांकडे लागले आहे. याकरिता स्पाईसी राईस आणि चीजी राईस हे भाताचे दोन नवे स्वादिष्ट प्रकार घेऊन मॅकडोनल्ड त्यांच्या सद्य मेनूमध्ये वृद्धी करत आहे. कन्ड्युमर रिसर्च (ग्राहक संशोधन) मधून असं लक्षात आलं की आपल्या भारतीयांना भोजनात अधिक वैविध्य (व्हायटी) हवी असते, अधिक पर्याय हवे असतात.

जाहिरात संक्षेप: या नव्या भाताच्या डिशेसद्वारे मॅकडोनल्ड ग्राहकांची केवळ सकस आणि परिपूर्ण भोजनाची गरज भागवत नाही तर त्यांना परिचित असलेल्या खास मॅकडोनल्डशैलीचा स्वादानुभवही उदाधित ठेवते आहे.

खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा :

अ. लिखित ग्राहकांकरीता प्रभावी असे क्रियेटीव्ह ब्रीफ तयार करा.

(०४)

ब. सुयोग्य संदेश धोरण ठरवा

(०२)

क. क्रियेटीव्ह ब्रीफच्या आधारे प्रिन्ट माध्यमाकरिता जाहिराती तयार करा (दोन जाहिराती)

(०४)

ड. क्रियेटीव्ह ब्रीफच्या आधारे ३० सेकंदांच्या टेलिव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा

(०५)

किंवा

२. सध्या लोकप्रिय असलेले उबेरच राईड शेअरिंग ॲप पारंपारिक टॅक्सी आणि शोफरसेवा या रूपात (१५)

अधिकाधिक महिला चालक नेमू इच्छित आहे. पण हे एवढ्यावरच थांबत नाही तर यू एन वुमेन या ग्रुपबरोबर सहकारी तत्वावर व्यावसायिक संधान बांधून २०२०पर्यंत दशलक्ष महिला चालकांची नियुक्ती करण्याचे ध्येय घोषित केले आहे.

जाहिरात संक्षेप: या मोहिमेद्वारे उबेरला कदाचित टॅक्सी व्यवसायाच्या कडक नियमपालानाच्या मागणीत आपलं गुडविल निर्माण करायचं असेल. तसेच उबेर चालकांना दिलं जाणारं वेतन आणि वागणूक वासंदर्भात उबेरच्या स्थापनेपासून सततच्या वृत्तपत्रांच्या शेरे-ताशेच्यांना उत्तर द्यायचं असेल.

खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा:

अ. लिखित ग्राहकांकरीता प्रभावी असे क्रियेटीव्ह ब्रीफ तयार करा.

(०४)

ब. सुयोग्य संदेश धोरण ठरवा

(०२)

क. क्रियेटीव्ह ब्रीफच्या आधारे प्रिन्ट माध्यमाकरिता जाहिराती तयार करा (दोन जाहिराती)

(०४)

ड. क्रियेटीव्ह ब्रीफच्या आधारे ३० सेकंदांच्या टेलिव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा

(०५)

२. अ. एम्ब्लिक्युटीव्हकरता जाहिरात लिहितांना कोणकोणत्या गोष्टींचं भान बाळगावं लागतं ? (०८)
- ब. रेडिओ स्पॉट लिहा: सनफिस्ट डार्क फॅन्टसी चोकोफिल्स बिरिकट्स प्रमोट करण्यासाठी रेडिओ स्पॉट लिहा. (०७)

किंवा

२. क. डायरेक्ट मेलर लिहा: झी-५ (Zee-5) या व्हिडिओ ऑन डिमांड या झी एन्टरटेनमेंटने (Zee entertainment) चालविलेल्या वेबसाईटला प्रमोट करण्यासाठी लक्षित ग्राहकांना डायरेक्ट मेलर लिहा (थेट टपाल). १२ विविध भाषांमध्ये चालविल्या जाणाऱ्या या वेबसाईटचे उदघाटन १४ फेब्रुवारी २०१८ ला झाले आहे. झी ५ ॲप (Zee5) नावाचे मोबाईल ॲप ही उपलब्ध आहे.
- ड. (जाहिरात लेखनाची) कॉपी रायटींगची विविध तत्वे विशद करा. (principles or copy writing) (०७)

३. अ. प्रेस रिलीज लिहा (प्रसिद्धीपत्रक): आयटीसीचा आधाडीचा ब्रॅन्ड सॅव्हलॉन याच्या प्रमोशनसाठी सॅव्हलॉन स्वच्छ भारत अभियान राबविलं जात आहे. २०१६ मध्ये याची सुरुवात झाली. सुदृढ बालक-मजबूत भारत (Healthier kids-stronger India) या मुद्यावर सुरु झालेल्या या अभियानाने आत्तापर्यंत दोन वर्षांहूनही कमी वेळात ३७००हून अधिक शाळांतून १७ लाखांहून अधिक मुलांपर्यंत स्वच्छातेचं महत्व पोहोचविलं आहे. महाराष्ट्र, उत्तरप्रदेश, मध्यप्रदेश, ओरिसा, झारखंड आणि कर्नाटक या प्रमुक्त राज्यात हे अभियान यशस्वीपणे राबविलं आहे. हेल्व्ही हॅन्ड चॉक स्टिक्स (Healthy hands chalk sticks) (साबणवाला खडू) च्या यशाच्या आधारावर कम्पनीने (Savlon ID Guard) सॅव्हलॉन आयडी गार्ड ची सुरुवात केली. या द्वारे सॅव्हलॉनने वापरण्यास सुलभ असे सॅव्हलॉन मल्टी युज सॅचे (Savlon Multiuse sachet) तयार करून मुलांमध्ये हात स्वच्छ धुण्याची सवय रुजविली. हा प्रयोग सध्या ३२ शाळांतून सुरुवात करून लवकरच १००० शाळांपर्यंत पोहोचवायचा कम्पनीचा मानस आहे.

- ब. क्रियेटीव्ह स्ट्रॅटेजीच्या विकासांमध्ये बिग आयडियाचं स्थान किती व कसं महत्वाचं आहे यावर टीप लिहा. बिग आयडियापर्यंत पोहोचण्याचे उत्तम स्पष्ट करा. (Role of Big Idea in creative strategy) (०७)

किंवा

३. क. आयडिया जनरेशनच्या कोणत्याही तीन तंत्रांबद्दल सविस्तर लिहा. (Idea generation techniques) (०८)
- ड. जाहिरातीतील भय आवाहनाचा वापर स्पष्ट करा. टेलिव्हिजन जाहिरातीतील कोणत्याही एका भय आवाहन वापरणाऱ्या जाहिरातीचं मूल्यमापन करा. (Fear appeal in TVC) (०७)

४. अ. ई मेल कॉपी लिहा: केरला टूरिझम प्रमोट करण्यासाठी पुढील ब्रीफ वाचून त्या आधारे ई-मेल लिहा. भारताच्या जवळपास ६०० किलोमीटर लांबीच्या मलबार सागरी किनाऱ्यावर केरळ हे राज्य वसले आहे. ही किनारपट्टी अरबी समुद्राची पश्चिम किनारपट्टी आहे. पाम वृक्षांची नयनरम्य रांग असलेले बीच, बॅकवॉटर आणि समुद्राला येऊन मिळणारे अनेक कालवे हे या राज्याचं प्रमुख आकर्षण आहे. आतील भाग हा पश्चिम घाटी अर्थात डोंगराळ असून त्याच्या उतारावर चहाचे मळे, कॉफीच्या बागा आणि इतर मसाल्यांच्या पदार्थांची लागवड आहे. तसेच येशील व्यजीवन हा ही एक प्रमुख आकर्षणाचा भाग आहे. एराविक्युलम, पेरियार तसेच वायनाडसह अन्य सॉन्युअरी हा हत्ती, लंगूर माकडे आणि वाघ यांचं माहेरघर आहे. (Kerala Tourism)

- ब. ट्रान्सक्रियेशन तत्वावर टीप लिहा. (Note on Transcreation) (०७)

किंवा

४. क. मुद्रित जाहिरातीमधील विविध घटक स्पष्ट करा. (Parts of Print ad) (०८)

ड. वर्गीकृत जाहिरात तयार करा: हिंदुजा हेल्थकेअर कार्डिएक स्क्रीनिंग पॅकेज केवळ १९९९ रूपयात (०६)
असा संदेश देण्यासाठी वर्गीकृत जाहिरात तयार करा. यामधे स्ट्रेस टेस्ट, लिपिड प्रोफाईल, सीबीसी, आणि कार्डिओलोजिस्ट कन्सोलेशनचा समावेश आहे. (Hinduja Healthcare Cardiac Screening Package in 1999) includes Stress test, Lipid profile, CBC & Cardiologist consultation.

१. खालीलपैकी कोणत्याही तीन प्रश्नांची उत्तरे द्या :

(१५)

- अ. जाहिरातीत विनोद अथवा विनोदी आवाहन वापरण्यातील फायदे व तोटे विशद करा. (Humour in Advertising)
- ब. आऊटडोर पोस्टरसाठी कॉपी लिहा: डीप हील जेल नावाचे उत्पादन सर्व प्रकारच्या दुखण्यावर त्वरित आराम देते हा संदेश देण्यासाठी पोस्टर जाहिरात लिहा. (Deep Heat Gel)
- क. मार्केटींग ब्रीफवर टीप लिहा. (Marketing Brief)
- ड. एस. एम. एस. कॉपी लिहा: ओलाच्या प्रमोशन ऑफरसाठी एसएमएस कॉपी लिहा. (OLA promotion)

TYBmm V old

(2 ½hrs)

Total Marks: 75/60

Important Instruction

- A. Students attempting the 75 marks paper will have 2 ½ hours and are required to Attempt ALL questions.
- B. Students attempting the 60 marks paper will have 2 hours and are required to attempt any four questions and Question No 1 is compulsory

Note:-

1. Answer the question in the sequence given in the question paper. Do not change the sequence.
2. Read the questions carefully before answering
3. Figures to the right indicate the full marks
4. Give example when necessary

Q.1. Multimedia Campaign and strategy:-

Vivo Electronics Corp. is another Chinese Smartphone maker to enter India recently. It makes low-cost Android phones, and those in the mid-range segment of the market. All of these are available in India too. Vivo's latest mobile launch is the Z3 (V1813DA). The Smartphone was launched in October 2018. The phone comes with a 6.30-inch touch screen display with a resolution of 1080 pixels by 2280 pixels. Sensors on the phone include Face unlock, Fingerprint sensor, Accelerometer and Ambient light sensor. Aamir Khan is appointed as the brand ambassador of the company.

[15]

Brief of the multimedia campaign is to promote the camera and music features in its mobiles and to explore newer avenues to reach the customers as part of the future growth strategy in India.

Answer the following

- a) Draft a creative plan for them.
- b) Define their message strategy.
- c) Make two print ads based on the brief.
- d) Draw a story board for a 30 sec TVC

[4]

[2]

[4]

[5]

OR

Urban Clap is recognized as the fastest-growing startup in India. It is a mobile marketplace for local services. It provides housekeeping services which consist of Plumbers, Electricians, Carpenters, Cleaning and Pest Control. It also provides personal services like beauty, spa, mobile and other appliance repairs etc. They are now coming up with an additional service of cleaning households in this festive season.

The brief is to employ an appropriate appeal and create a campaign to make a difference in the lives of people by catering to the service needs at their doorsteps.

Answer the following

- a) Draft a creative plan for them.
- b) Define their message strategy.
- c) Make two print ads based on the brief
- d) Draw a story board for a 30 sec TVC

[4]

[2]

[4]

[5]

TURN OVER

- Q2 A Explain the principles of copywriting. 8
 B Write a radio spot of 30 seconds on Trivago which is the world's largest online hotel search site. It also offers a free app for its Hotel Search product on both iOS and Android. In addition to the hotel search feature, the app provides interactive maps and displays accommodations in close proximity to the user's current location. 7
- OR
- Q2 C Explain the various stages of creative process. 8
 D Make an outdoor poster on Flipkart sale on the occasion of women's day offering huge discounts on clothing, footwear and accessories for women. 7
- Q3 A Explain the various types of headlines. 8
 B Write a Direct Mail for the Hyundai car owners informing them about the launch of a new Hyundai Santro car. The new Santro will be available in five variants for the petrol manual version while the petrol automatic and the CNG manual versions gets two variants each. The new Hyundai Santro Prices for the petrol manual range from Rs 3.89-5.45 lakh while the ones for the petrol automatic AMT range from Rs 5.18-5.46 lakh. The new 2018 Hyundai Santro CNG is priced at Rs 5.23-5.64 lakh. 7
- OR
- C Explain various elements of Print advertisement 8
 D Draft a press release for HDFC Bank which is going to train 15 lakh government school teachers in 12 states across India. It launched Zero Investment Innovations for Education Initiatives (ZIIIEI) to transform education in government schools across India. As part of this initiative, the bank will train 15 lakh school teachers across 12 states and union territories of India to improve the quality of education in 6.2 lakh government schools, thereby benefitting 8.3 crore students.. 7
- Q4 A Draft an email copy for UBER giving 50 % discount on the next 10 rides to its customers. UBER is peer to peer ride sharing, taxi cabs and transportation network company. 8
 B Explain the different types of Advertising execution techniques. 7
- OR
- C What are the essentials of writing a good copy for children?
 D Draft a classified ad for 'Health and Wellness' centre mentioning benefits such as weight loss, stress management, low cholesterol and Blood Pressure by following their diet plans and workout sessions at a monthly offer price of Rs 5000.
- Q5 Write short note on any THREE of the following: 15
 1 Rational Appeal
 2 Big Idea
 3 Advertorial
 4 SMS copy
 5 Marketing Brief

TURN OVER

सूचना:

१. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
२. प्रश्नपत्रिकेतील प्रश्नक्रमानुसारच उत्तरे लिहा. क्रम बदलू नका.
३. उत्तर लिहिण्यापूर्वी प्रश्न काळजीपूर्वक वाचा.
४. उजवीकडील अंक गुण दर्शवितात.
५. आवश्यक तेथे उदाहरणांचा वापर करा.

प्रश्न १ बहुमाध्यम मोहीम (Multimedia Campaign)

स्मार्टफोनच्या भारतीय बाजारात अलिकडेच विवो इलेक्ट्रॉनिक कॉर्पोरेशन या चिनी कंपनीने नव्याने प्रवेश केला आहे. ही कंपनी सर्वसामान्यांकरिता लो कॉस्ट अॅन्ड्रॉइड फोन बनविते तसेच थोडे उच्चमध्यम वर्गाकरिता ही अॅन्ड्रॉइड अॅन्ड्रॉइड फोन बनविते. ही सर्व मॉडेल्स भारतातही अधिकृतपणे उपलब्ध आहेत. अलिकडेच बाजारात आलेला विवो झेड ३ (Vivo Z3) हा ऑक्टोबरमध्ये लॉन्च झाला. या फोनच्या वैशिष्ट्यात १०८० पिक्सेल बाय २२८० पिक्सेल (1080 × 2280 pixel) एवढ्या रेझोल्युशनचा ६.३ इंचाचा स्क्रीन हे प्रमुख आकर्षण आहे. फोनवरील विविध सेन्सर मधे फेस अनलॉक, फिंगरप्रिन्ट सेन्सर, अॅक्सिलरोमीटर तसेच अॅम्बियन्ट लाईट सेन्सर या अत्याधुनिक सुविधा आहेत. बॉलिवूड कलाकार अमिर खान यांना या कंपनीचे ब्रॅन्ड अॅम्बेसेडर म्हणून नियुक्त केले आहे.

ब्रीफ: या कॅम्पेनद्वारे विवोच्या या विशेष मॉडेलला कॅमेरा आणि म्युझिक (Camera & Music) या मुद्यावर प्रमोट करायचे आहे. तसेच पुढील व्यावसायिक वृद्धीच्या धोरणाचा भाग म्हणून त्यांना अधिकाधिक ग्राहकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी नवनवीन शक्यता पडताळून पहायच्या आहेत.

खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा:

- | | | |
|----|--|----|
| अ. | लक्षित ग्राहकांकरिता प्रभावी असे क्रियेटीव्ह ब्रीफ तयार करा. | ०४ |
| ब. | सुयोग्य संदेश धोरण ठरवा (Message Strategy) | ०२ |
| क. | क्रियेटीव्ह ब्रीफच्या आधारे प्रिन्ट माध्यमाकरिता जाहिराती तयार करा (दोन जाहिराती) | ०४ |
| ड. | क्रियेटीव्ह ब्रीफच्या आधारे ३० सेकंदांच्या टेलिव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा. | ०५ |

किंवा

अर्बन क्लॅप हा झपाट्याने फोफावत जाणारा आधुनिक व्यवसाय म्हणून ओळखला जातो. हा एक स्थानिक स्तरावर लागणाऱ्या सुविधा उपलब्ध करून देणारा मोबाईल बाजार अर्थात मोबाईल मार्केटप्लेस आहे. प्लम्बर, इलेक्ट्रीशियन, सुतार, सफाई वाले तसेच पेस्ट कन्ट्रोल आदी घरगुती सेवा पुरविण्याची ही एकछत्री सेवा आहे. याचबरोबर सौंदर्यसेवा, स्पा वगैरेची उपलब्धता तसेच मोबाईल फोन आदी आधुनिक उपकरणांची दुरुस्ती करणारे तंत्रज्ञ पुरविण्याचे कार्य ही या सेवेचा एक भाग आहे. सध्या येऊ घातलेल्या सणांच्या पार्श्वभूमीवर अर्बन क्लॅप हे घरगुती सफाई सेवा ही पुरविण्याच्या बेतात आहेत.

ब्रीफ: लोकांना हव्या असलेल्या सर्व सेवा त्यांच्या अगदी उंबरठ्यापाशी आणून देऊन नेहमीच्या जीवन शैलीत कसा अमूल्य बदल घडवून आणता येतो याचा प्रत्यय देण्यासाठी योग्य ते आवाहन वापरून जाहिरात मोहीम आखायची आहे.

खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा:

- | | | |
|----|---|----|
| अ. | लक्षित ग्राहकांकरिता प्रभावी असे क्रियेटीव्ह ब्रीफ तयार करा. | ०४ |
| ब. | सुयोग्य संदेश धोरण ठरवा (Message strategy) | ०२ |
| क. | क्रियेटीव्ह ब्रीफच्या आधारे प्रिन्ट माध्यमाकरिता जाहिराती तयार करा (दोन जाहिराती) | ०४ |
| ड. | क्रियेटीव्ह ब्रीफच्या आधारे ३० सेकंदांच्या टेलिव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा | ०५ |

TURN OVER

Paper / Subject Code: 27203 / Advertising : Copywriting

- प्रश्न २ अ. जाहिरात लेखनाची तत्वे विशद करा. (Principles of Copy writing) ०८
ब. रेडिओ स्पॉट लिहा: बेस्ट हॉटेल शोधण्याची दिवागो ही जागतिक स्तरावरील एक प्रसिद्ध ऑनलाईन साईट आहे. ऑपल आणि अॅन्ड्रॉईड फोनसाठी मोफत ऑप सुद्धा दिवागोने सुरु केले आहे. हॉटेलच्या सर्वबरोबर इन्टरअॅक्टिव्ह नकाशे, आणि प्रवाश्याच्या जवळपासच्या परिसरातील चांगली रहाण्याची ठिकाणेही याच ऑपद्वारे दर्शविली जातात. या साईटचे प्रमोशन करण्यासाठी रेडिओ स्पॉट लिहा. (TRIVAGO search site & app) ०९
किंवा
- प्रश्न २ क. क्रियेटीव्ह प्रक्रीयेतील विविध पायऱ्या विशद करा. (stages of creative process) ०८
ड. आऊटडोअर पोस्टर: महिलादिनानिमित्त कपडे, पादत्राणे (चपला) आणि महिलांची प्रसाधने आदींवर फ्लिपकार्ट भवकम सूट देत आहे हे जाहीर करण्यासाठी पोस्टरची कॉपी लिहा. (Flipcart sale) ०९
- प्रश्न ३ अ. विविध प्रकारच्या मथळ्यांविषयी उदाहरणासहीत स्पष्टीकरण करा. (Types of headlines) ०८
ब. थेट टपाली संदेश: (डायरेक्ट मेलर) ह्युन्दाईची सॅन्ट्रो कार नव्याने बाजारात येत असल्याचे कळविण्यासाठी ह्युन्दाईच्या सध्याच्या कारधारकांना डायरेक्ट मेलद्वारे कळवायचे आहे. ही नवी सॅन्ट्रो कार पेट्रोलवर चालणाऱ्या पाच प्रकारांमध्ये उपलब्ध असून मॅन्युअल गिअरचलित असेल, तसेच स्वयंचलित गिअरचे पेट्रोलमध्ये दोन प्रकार व सीएनजीवर चालणाऱ्या कारचे मॅन्युअल गिअरमध्ये दोन प्रकार उपलब्ध असतील. ही नवी कार मॅन्युअल गिअरमध्ये ३.८९ लाख रुपये ते ५.४५ लाख या रेंजमध्ये उपलब्ध असेल तर पेट्रोलवर चालणारी स्वयंचलित कार ५.१८ ते ५.६ लाख या दरम्यान विक्रीसाठी असेल. सीएनजीवर चालणारी नवीन ह्युन्दाई सॅन्ट्रो कार ५.२३ लाख ते ५.६४ लाखांपर्यन्त विक्रीस आहे. (New Hyundai Santro petrol & CNG) ०९
किंवा
- प्रश्न ३ क. प्रिन्ट जाहिरातीतील विविध घटक स्पष्ट करा. (Elements of print ad) ०८
ड. (Press release) प्रसिद्धीपत्रक लिहा: एचडीएफसी बँक (HDFC Bank) १२ राज्यातील १५ लाख सरकारी शिक्षकांना आधुनिक प्रशिक्षण देणार आहे. शैक्षणिक क्षेत्रातील नाविन्यपूर्ण प्रायोगिकतेसाठी शून्य गुंतावणूकीचे आधुनिक मार्ग प्रत्यक्षात आणण्याचा एचडीएफसीचा मानस आहे, ज्यायोगे सरकारी शिक्षण संस्थामधून दिल्या जाणाऱ्या शिक्षणात अमूलाय बदल घडून येईल. या मोहीमेचा, पुढाकाराचा भाग म्हणून एचडीएफसी बँक १२ राज्ये तसेच काही केन्द्रशासित प्रदेशातील एकूण १५ लाख शिक्षकांना असं प्रशिक्षण देणार आहेत की ज्यामुळे ६.२ लाख सरकारी शाळेतील शिक्षणाचा दर्जा वाढून ८.३ कोटी विद्यार्थ्यांपर्यंत या उपक्रमाचा लाभ पोहोचेल. ०९
- प्रश्न ४ अ. ईमेल कॉपी लिहा: (email copy) आपल्या ग्राहकांना पुढील १० प्रवासी फेऱ्यांसाठी ५०% सुट जाहीर करत आहे. उबर हे राईड शेअरिंग, टॅक्सी कॅबज आणि वाहतूकीच्या व्यापक जाळ्यासाठी प्रसिद्ध आहे. (UBER) ०८
ब. विविध प्रकारची जाहिरात सादरीकरण तंत्रे विशद करा. (Advertise execution techniques) ०९
किंवा
- प्रश्न ४ क. लहान मुलांसाठी जाहिरात (कॉपी) लिहितांना लक्षात घ्यायच्या गोष्टी कोणत्या? (writing for children) ०८
ड. हेल्थ अँड वेलनेस या ब्रँडसाठी वर्गीकृत जाहिरात लिहा. वेट लॉस, स्ट्रेस मॅनेजमेन्ट, लो कॉलेस्ट्रॉल आणि रवतदाब यावरील नियमनासाठी काही विशिष्ट डाएट प्लान तसेच व्यायाम महिन्याकाठी केवळ ५००० रुपयात उपलब्ध आहेत हे सांगण्यासाठी वर्गीकृत जाहिरात लिहा. (Classified ad for Health & Wellness) ०९
- प्रश्न ५ खालीलपैकी कोणत्याही तीन विषयांवर टीपा लिहा. १५
अ. तर्कसंगत आवाहने. (Rational appeals)
ब. बिग आयडिया (महासंकल्पना) (Big Idea)
क. अॅडव्हर्टोरिअल (Advertorial)
ड. एस. एम. एस जाहिरात. (SMS copy)
इ. मार्केटींग ब्रीफ (Marketing brief)

Ty Bmm -V

Paper / Subject Code: 27003 / Advertising : Copywriting.

Q.P. Code :33471

[Time: 02:00 Hours]

[Marks:50]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. Question no.1 is compulsory
 2. Attempt any three out of remaining questions
 3. Figures to right indicate marks
 4. Illustration / layout is not compulsory. Describe visual in words briefly

Multimedia Campaign and Strategy:-

15

Suffola Oil is a recognized brand name in India. Over the years, it has built up a steady reputation of being a healthier choice among edible oils. Its ads usually show the woman of the house happily cooking for her family and smilingly serving them food. The company now wants to break this gender stereotype and involve the men in the house not only to cook the food and lay the table for a meal, but also to make decisions regarding purchasing groceries for the household. For this, they must include the men along with the women as part of their Target Audiences.

Brief: The campaign should communicate appropriate messages and appeals to both men and women encouraging them to jointly take decisions regarding a healthy lifestyle for their families.

Answer the following:-

- a) Prepare a creative brief for making an impact on the target audience. 04
- b) Suggest an appropriate message strategy 02
- c) Create a print advertisement campaign based on the creative brief [Two advertisements] 04
- d) Prepare a storyboard of 30 secs. For a TV commercial. 04

OR

“Thomas Cook India” is a widely known travel agency in the country offering a variety of tour packages both internally & internationally and catering to several budgets. The holiday season, being about to begin, they want to aggressively advertise to parents of school going children encouraging them to take up family holidays that will make them spend more quality time with their family members – a point so much missed in our hectic times today. The company will offer its expert executives for free to help the family plan a memorable holiday.

Brief: The campaign should contain appropriate motivation & highlight the free assistance provided by the company for the families.

Answer the following:-

- e) Prepare a creative brief for making an impact on the target audience. 04
- f) Suggest an appropriate message strategy 02
- g) Create a print advertisement campaign based on the creative brief [two advertisements] 04
- h) Prepare a storyboard of 30 secs. For a TV commercial. 04

- Q.2 Answer any three of the following: 12
- What are the qualities that a good copywriter must possess?
 - Compose an effective slogan for "PayTM" app.
 - Identify the characteristics that a creative person must possess.
 - Discuss the advantages of a creative plan.
 - Analyze any one advertisement that uses logical appeal.
 - Discuss the role of a Radio Jingle.
- Q.3 Answer any three of the following: 12
- Write a note on the role of the body copy in a print ad.
 - Draft an SMS to be sent on behalf of "Lodha Builders" offering a special 10% discount if the customer makes a booking in 30 days.
 - Discuss the essentials of writing a copy for Senior Citizens.
 - Compose an email to be sent to Airtel customers offering them 1 GB data every day for Rs 50/- per week.
 - Write a script for a 30 Sec TVC for Vivo Mobile phones.
- Q.4 Answer any two of the following:- 12
- Elaborate on the importance of a brief and explain what goes into a good brief.
 - Write a Direct Mail to Uber customers encouraging them to use the cab services promising them special points per ride, which can be used at certain shopping outlets.
 - What are the major types of appeals? Explain with examples of each.
- Q.5 Write short notes on any three: 12
- Classified Ads
 - Outdoor Posters
 - Press Release
 - Mail Order
 - B2B Advertising

TY Bmn 

Time: 2 Hours

Marks: 50

- N.B.: (i) All questions are compulsory.
(ii) All questions carry equal marks
(iii) Answer any three questions between Qs. 2 & 5
(iii) Kindly support your answers with suitable examples

Q1) An Indian **Garment Brand** and an Indian **Spa center** have set up their markets abroad. Your Ad Agency has been given the assignment to draw up the Advertising Strategy.

(14)

First: Choose any one product/service

Second: Select any two countries from any of the three groups of countries.

The two countries selected cannot be from the same group.

Group A: USA, UK, FRANCE, RUSSIA.

Group B: JAPAN, CHINA, BRAZIL, SOUTH KOREA.

Group C: SAUDI ARABIA, QATAR, BAHARIN.

What factors will you keep in mind while developing your Advertising Strategy with reference to the two countries selected by you?

Q2 a) What do you understand by a Social Marketing Campaign? Create a social marketing campaign and also provide a promotion mix for 'Clean your environment' campaign among the citizens. (12)

OR

Q2 b) An NGO is promoting a program for awareness on 'Care for Senior Citizens'. Design a social marketing campaign primarily using the internet to promote the cause. (12)

Q3a) What is cross cultural advertising? Explain the relevance of Cross cultural psychological segmentation in advertising. (12)

OR

Q3b) Explain how advertising impacts attitudes & beliefs in any society? (12)

Q4 a) What is Market Power? Discuss the role of reseller markets. (12)

OR

Q4 a) What factors should be considered for international packaging? (12)

Q5) Write Short notes on (Any Three) (12)

- (a) Advertising & Commercialization of Culture
- (b) Children & advertising
- (c) 5 M's of advertising
- (d) IMC tools in International promotion
- (e) WWW as an advertising tool

010 Tybm m IV 7/10

Maximum marks: 75

Time : 2:30 hours

Q.1 An Indian Silver Jewellery and an Indian Meditation center have set up their markets abroad. Your Ad Agency has been given the assignment to draw up the Advertising Strategy. (15 Marks)

First: Choose any one product/service

Second: Select any two countries from any of the three groups of countries.

The two countries selected cannot be from the same group.

Group A: USA, UK, FRANCE, RUSSIA.

Group B: JAPAN, CHINA, BRAZIL, SOUTH KOREA.

Group C: SAUDI ARABIA, QATAR, BAHARIN.

What factors will you keep in mind while developing your Advertising Strategy with reference to the two countries selected by you?

Q.2. Answer the following:

A. Discuss the effects of Liberalization on Indian economy with reference to the media, entertainment and advertising industry. (8 marks)

B. Discuss the various criticisms levied against Advertising (7 marks)

OR

C. What is Digital marketing? Mention some of its advantages and disadvantages. (8 marks)

D. Write a Brief note on representation of women in advertising. (7 marks)

Q.3.

A. Do you think that the objectives of marketing are contradictory to the objectives of social change? Can advertising be an agent of social change? Discuss and illustrate with examples. (15 marks)

OR

B. Discuss the effects of Advertising and its impact on society. explain giving relevant examples. (8 marks)

C. Discuss how advertising impacts culture? Justify your choice with relevant examples. (7 marks)

Q4. Create a Social Marketing Campaign on: (15 marks)

i) Following of traffic rules.

OR

ii) Spread awareness about prevention of Malaria and Dengue.

Q.5. Write short notes on (any three):

(15 marks)

- a. Controversial nature of Advertising.
- b. Political advertising
- c. Use of children as influencers in Advertising
- d. Self-regulation in Advertising
- e. Gender prejudices in Advertising.

(मराठी भाषांतर)

वेळ: २:३० तास

गुण: ७५

सूचना : १. सर्व प्रश्न सोडवणे अनिवार्य आहेत

२. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहे

३. आवश्यक तेथे उदाहरणे द्या

४. इंग्रजी प्रश्नपत्रिकेची प्रत ही मूळ प्रत म्हणून ग्राह्य धरली जाईल

प्र. १ एक भारतीय चांदीच्या दागिन्यांचा ब्रॅन्ड आणि एक भारतीय ध्यान केंद्र यांना विदेशात आपली बाजारपेठ स्थापित करायची आहे. प्रसिद्धीसाठीच्या जाहिरात रणनीतीची आखणी करतांना कोणत्या घटकांची नोंद घ्यावी हे तुमच्या जाहिरात संस्थेला ठरवायचे आहे. (15 marks)

१. वरील दोन्हीपैकी कोणताही एक सेवा / उत्पादन निवडा

२. जाहिरात रणनीतीसाठी कोणत्याही दोन देशांची निवड करा. पण कोणतेही दोन देश एका विभागातील नसावेत

गट अ : युएसए, युके, फ्रान्स, रशिया

गट ब : जपान, चीन, ब्राझील, साउथ कोरिया

गट क : सौदी अरेबिया, कतार, बहरीन

जाहिराती रणनीतीची आखणी करत असताना ज्या दोन देशांची तुम्ही निवड कराल त्यासाठी कोणते घटक लक्षात घेतले जातील ? स्पष्ट करा.

प्र. २ खालील प्रश्नाची उत्तरे लिहा

A. माध्यम, मनोरंजन आणि जाहिरात क्षेत्रातील संदर्भ घेऊन भारतीय अर्थव्यवस्थेवर उदारीकरणाचा झालेला परिणाम उदाहरणासहित स्पष्ट करा

(8 marks)

B. जाहिरात विरोधी समीक्षणावर विविध चर्चा करा (7 marks)

OR

C. डिजिटल मार्केटिंग म्हणजे काय? त्याचे फायदे-तोटे स्पष्ट करा.

(8 marks)

D. जाहिरातींमधले स्त्रीयांचे प्रतिनिधित्व या बदल सविस्तर लिहा.

(7 marks)

Q.3.

A. विपणांतील उद्दीष्ट आणि सामाजिक बदल यामध्ये विरोधाभास आहे असे तुम्हाला वाटते का? जाहिराती या सामाजिक बदलासाठी दुवा बनू शकतात क? उदाहरणासह स्पष्ट करा

(15 marks)

OR

B. जाहिरातींचा समाजावर होणारा प्रभाव व परिणाम याबद्दल उदाहरणासहित स्पष्ट करा.

(8 marks)

C. जाहिरातींचा संस्कृतीवर होणारा प्रभाव? तुमची निवड उदाहरणासहित स्पष्ट करा.

(7 marks)

Q4. एका विषयावर सामाजिक विपणन मोहीम तयार करा.

(15 marks)

i) रहदारीचे नियम पाळणे .

OR

ii) मलेरिया आणि डेंगू वरील प्रतिबंधाबाबत सामाजिक जागरूकता.

Q.5. टिपा लिहा (कोणत्याही ३):

(15 marks)

अ) जाहिरातींचे वादग्रस्त स्वरूप

ब) राजकीय जाहिराती

क) लहान मुलांद्वारे होणारा जाहिरातींमधून प्रभाव

ड) जाहिरातीतील स्वनियमन

इ) जाहिरातीतील लैंगिक भेद

T-11,mm -E 06

Time: 2: 30 Hours

Marks: 75

N.B:1. All Questions are compulsory

2. All questions carry equal marks.

3. Kindly support your answers with suitable examples

Q.1 An Indian Ethnic wear and an Indian **Cooking Classes** have set up their markets abroad. Your Ad Agency has been given the assignment to draw up the Advertising Strategy. (15)

First: Choose any one product/service

Second: Select any two countries from any of the three groups of countries.
The two countries selected cannot be from the same group.

Group A: USA, UK, FRANCE, RUSSIA.

Group B: JAPAN, CHINA, BRAZIL, SOUTH KOREA.

Group C: SAUDI ARABIA, QATAR, BAHARIN.

What factors will you keep in mind while developing your Advertising Strategy with reference to the two countries selected by you?

Q.2. Answer the following:

A. What is liberalization? Discuss the effects of Liberalization on Indian economy with relevant examples (8)

B. Write a detailed note on Role of women in Advertising (7)

OR

C. Explain how advertising impacts attitudes & beliefs in any society (8)

D. Explain global-local Dilemma in international markets. (7)

Q.3.

A. Discuss the various criticisms levied against Advertising. (8)

B. Outline the scope of challenges in International advertising. (7)

OR

C. Explain the connection between popular culture and advertising. (8)

D. Bring out the impact of advertising on changing attitudes, behavior, societal norms, perception, needs, and lifestyle. (7)

Q4.

A. Design a social marketing campaign for a **women self-help group manufacturing home-made food products** to be promoted through the internet.

Or

B. An NGO is promoting a program for **Welfare of Senior Citizens**, design a social marketing campaign for the cause. (15)

Q.5. Write short notes on **any three**: (15)

- a) controversial advertising
- b) Digital advertising.
- c) Social benefits of advertising
- d) Political advertising.
- e) Financial Advertising.

गुण : ७५

वेळ : २½ तास

सूचना : १. सर्व प्रश्न सोडवणे अनिवार्य आहेत

२. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहे

३. आवश्यक तेथे उदाहरणे द्या

४. इंग्रजी प्रश्नपत्रिकेची प्रत ही मूळ प्रत म्हणून ग्राह्य धरली जाईल

प्र. १ एक भारतीय पारंपारिक कपड्यांचा ब्रॅन्ड आणि एक कूकिंग वलास यांना विदेशात आपली बाजारपेठ स्थापित करायची आहे. प्रसिद्धीसाठीच्या जाहिरात रणनीतीची आखणी करतांना कोणत्या घटकांची नोंद घ्यावी हे तुमच्या जाहिरात संस्थेला ठरवायचे आहे. १५

१. वरील दोन्हीपैकी कोणताही एक सेवा / उत्पादन निवडा

२. जाहिरात रणनीतीसाठी कोणत्याही दोन देशांची निवड करा. पण कोणतेही दोन देश एका विभागातील नसावेत

गट अ : युएसए, युके, फ्रान्स, रशिया

गट ब : जपान, चीन, ब्राझील, साउथ कोरिया

गट क : सौदी अरेबिया, कतार, बहरीन

जाहिराती रणनीतीची आखणी करत असताना ज्या दोन देशांची तुम्ही निवड कराल त्यासाठी कोणते घटक लक्षात घेतले जातील ? स्पष्ट करा.

प्र. २ खालील प्रश्नाची उत्तरे लिहा

अ) उदारीकरण म्हणजे काय ? भारतिय अर्थव्यवस्थेवर उदारीकरणाचा झालेला परिणाम

उदाहरणासहित स्पष्ट करा

८

ब) महिलांची जाहिरातीतील भूमिका यावर सविस्तर टिपण लिहा
किंवा

७

क) जाहिरातींमुळे समाजातील अभिवृत्ती आणि श्रद्धांवर कसा परिणाम होतो ते स्पष्ट करा

८

ड) आंतरराष्ट्रीय बाजारातील वैश्विक - स्थानिक पेटप्रसंग म्हणजे काय ?

७

प्र. ३ खालील प्रश्नाची उत्तरे लिहा

अ) जाहिरातींच्या विरोधात कोणती टीका केली जाते ? चर्चा करा

८

ब) आंतरराष्ट्रीय जाहिरातीतील आव्हानांची चर्चा करा

७

किंवा

क) लोकप्रिय संस्कृती आणि जाहीतरी यांच्यातील परस्पर संबंध स्पष्ट करा

८

ड) वृत्ती, वर्तन, सामाजिक नियम, दृष्टीकोन, गरजा आणि जीवशैली बदलण्यामध्ये जाहिरातींची

भूमिका स्पष्ट करा

७

प्र. ४

अ. महिला बचत गटाच्या घरगुती अन्न उत्पादनांना इंटरनेटच्या माध्यमातून प्रमोट करण्यासाठी सामाजिक विपणन मोहीम (social marketing campaign) तयार करा

१७

किंवा

ब). वरिष्ठ नागरिकांच्या कल्याणासाठी एक अशासकीय संस्था (NGO) एका प्रमोशनच्या कार्यक्रमाचे आयोजन करत आहे. सामाजिक विपणन मोहिमेसाठी याचे आरेखन करा

१७

प्र. ५ टिपा लिहा (कोणत्याही ३)

१७

अ) विवादास्पद जाहिराती

ब) डिजिटल जाहिराती

क) जाहिरातींचे सामाजिक फायदे

ड) राजकीय जाहिराती

इ) आर्थिक जाहिराती