

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—V Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT—V
Paper—8-3
Optional Vocational Group—I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— (1) **ALL** questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

1. (a) Communication is vital in ‘Commerce and Trade’. Justify. 8
(b) Explain Communication model for Urban Communication. 8

OR

- (c) Describe the Communication model in Rural Communication. 8
(d) What is Communication process ? 8
2. (a) ‘Creativity is essential in advertising’. State with example. 8
(b) Explain target market and factors responsible for media selections. 8

OR

- (c) Who are involved in advertising agency ? Give its functions. 8
(d) State the factors responsible for media selection. 8
3. (a) On what basis the effectiveness of advertisement is measured ? 8
(b) “Research is essential for advertisement”. Why ? Explain. 8

OR

- (c) State various methods of measurement of effectiveness of advertisement. 8
(d) How is advertising in 21st Century different from past years ? 8
4. (a) Explain brand building with an aim to increase sales and market base. 8
(b) Give the importance of publicity in marketing. 8

OR

- (c) How does a Customer associate feeling with brand ? Explain in context to sale. 8
(d) What is the effect of Image and Personality in advertising media ? 8
5. Write Short Answers :—
- (a) Advertising Communication. 4
(b) Advertising Agency functioning. 4
(c) Attitude Tests. 4
(d) Brand equity. 4

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—V Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT—V

Paper—8-3

Optional Vocational Group—I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— (1) **ALL** questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

(मराठी माध्यम)

1. (अ) “वाणिज्य आणि व्यापाराची प्राणशक्ती संदेशवहन आहे.” सिद्ध करा. 8
(ब) शहरी संदेशवहनासाठी, संदेशवहन प्रतिरूप (Model) स्पष्ट करा. 8
किंवा
(क) ‘ग्रामीण संदेशवहनातील, संदेशवहन प्रतिरूपाची (Model) चर्चा करा. 8
(ड) संदेशवहन प्रक्रियेचा अर्थ काय आहे ? 8
2. (अ) ‘विज्ञापनात’ सृजनशीलता ची आवश्यकता उदाहरणासह सांगा. 8
(ब) लक्ष्य बाजार आणि मीडिया निवडीसाठी जबाबदार घटक स्पष्ट करा. 8
किंवा
(क) जाहिरात एजन्सी मध्ये कोण गुंतलेले आहेत आणि त्यांचे कार्य द्या (लिहा) 8
(ड) मीडिया निवडीसाठी जबाबदार घटक सांगा. 8
3. (अ) “जाहिरातीची परिणामकारकता कशाच्या आधारावर मोजली जाते” ? 8
(ब) “जाहिरात संशोधन” आवश्यक आहे का ? स्पष्ट करा. 8
किंवा
(क) जाहिरात प्रभावितेच्या मूल्य मापनाची विविध पद्धती सांगा ? 8
(ड) मागील शतकापासून 21वी शतकात जाहिरात कशी वेगळी आहे. 8
4. (अ) विक्री आणि बाजारपेठ वाढवण्याच्या उद्देशाने ब्रँड बिलिंगची व्याख्या करा. 8
(ब) विपणनाची प्रसिद्धी चे महत्त्व सांगा. 8
किंवा
(क) ब्रँडच्या सोबत ग्राहक कशा प्रकारे सहयोग मानतो ? विक्रयाच्या संदर्भात स्पष्ट करा. 8
(ड) प्रतिमा आणि व्यक्तिमत्वाचा जाहिरातीच्या माध्यमात काय प्रभाव आहे ? 8
5. संक्षिप्त उत्तरे लिहा :—
(अ) विज्ञापन संदेशवाहन. 4
(ब) विज्ञापन अभिकर्तृत्वाची कार्ये. 4
(क) वृत्ती परिक्षण (Attitude test). 4
(ड) चिन्हांकन समता (Brand equity). 4

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—V Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT—V

Paper—8-3

Optional Vocational Group—I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

Note :— (1) **ALL** questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

(हिन्दी माध्यम)

1. (अ) “वाणिज्य एवं व्यापार की प्राणशक्ति संदेशवहन है” सिद्ध कीजिए। 8
 (ब) ‘शहरी संदेशवहन’ के लिए ‘संदेशवहन प्रतिरूप’ (Model) स्पष्ट कीजिए। 8
 अथवा
 (क) ‘ग्रामीण संदेशवहन’ में संदेशवहन प्रतिरूप (Model) की चर्चा कीजिए। 8
 (ड) ‘संदेशवहन प्रक्रिया’ का आशय क्या है ? 8
2. (अ) विज्ञापन में सृजनशीलता की आवश्यकता उदाहरण सहित विशद कीजिए। 8
 (ब) संचार नियुक्ति के लिए विपणन लक्ष्य एवं उसको प्रभावित करने वाले घटक बताइये। 8
 अथवा
 (क) विज्ञापन अभिकर्तृत्व में कौन शामिल (Involved) हैं ? एवं उनके कार्यों के विषय में लिखिए। 8
 (ड) संचार नियुक्ति (Media Selection) के लिए उत्तरदायी घटक स्पष्ट कीजिए। 8
3. (अ) ‘विज्ञापन की प्रभावशीलता’ किन आधारों पर मापी जाती है ? 8
 (ब) “विज्ञापन के लिए संशोधन आवश्यक है। क्यों ?” स्पष्ट कीजिए। 8
 अथवा
 (क) ‘विज्ञापन की प्रभावशीलता’ मापने की विविध पद्धतियां स्पष्ट कीजिए। 8
 (ड) 21वीं (इक्कीसवीं) शताब्दी के विज्ञापन प्राचीनकाल से किस प्रकार भिन्न हैं ? 8
4. (अ) ब्रांड निर्माण का मुख्य उद्देश्य विक्रय प्रोत्साहन एवं विपणन का आधार है। स्पष्ट कीजिए। 8
 (ब) विज्ञापन में प्रचार का महत्व दीजिए। 8
 अथवा
 (क) विक्रय के संदर्भ में ग्राहक की भावनाएं ब्रांड से किस प्रकार जुड़ी हैं ? स्पष्ट कीजिए। 8
 (ड) विज्ञापन प्रसार (Advertising Media) में प्रतिरूप एवं व्यक्तित्व का प्रभाव क्या है ? 8
5. संक्षिप्त उत्तर लिखिए :—
 (अ) विज्ञापन के लिए संदेशवहन। 4
 (ब) एड. एजेन्सी के कामकाज। 4
 (क) रवैया परिक्षण (Attitude tests)। 4
 (ड) ब्रांड इक्वीटी (Brand Equity)। 4