

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester-I Examination

ADVERTISING, SALES PROMOTIONS AND SALES MANAGEMENT—I

Paper—8.3

Vocational Group—III

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

N.B. :— (1) **ALL** questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

1. (a) Define Advertising and state its types. 8
 (b) Explain Ethical and Social Aspects of Advertising. 8

OR

- (c) Explain the role of Advertising in Marketing Process. 8
 (d) Analyse the legal aspects of Advertising. 8
 2. (a) State the features of effective integrated marketing communications. 8
 (b) What is Brand Image ? How it can be built ? 8

OR

- (c) Explain various elements of Brand Management. 8
 (d) State features and process of creation of Brand Equity. 8
 3. (a) What are the functions of Advertising Agency ? State their importance. 8
 (b) How does a Brand Manager select the media for Advertising a Brand ? 8

OR

- (c) Write the role of market research for the success of an advertisement. 8
 (d) Describe the process of developing an advertisement. 8
 4. (a) State the process of objective setting and market positioning for sales promotion. 8
 (b) Highlight DAGMAR approach in determination of target audience for sales promotion. 8

OR

- (c) Analyse the assumptions about consumer behaviour in market. 8
 (d) State the advantages and limitations of DAGMAR approach. 8
 5. Write short answers on :
 (a) Write advantages and limitations of advertising. 4
 (b) State benefits of effective brand. 4
 (c) What do you mean by structure of an advertising agency ? 4
 (d) Write limitations of market positioning. 4

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester-I Examination

ADVERTISING, SALES PROMOTIONS AND SALES MANAGEMENT—I

Paper—8.3

Vocational Group—III

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

N.B. :— (1) ALL questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

(मराठी माध्यम)

1. (अ) विज्ञापनाची व्याख्या करा. त्याचे प्रकार विशद करा. 8
- (ब) विज्ञापनाचे नैतिक आणि सामाजिक पैलू स्पष्ट करा. 8
- किंवा
- (क) विपणन प्रक्रियेत विज्ञापनाची भूमिका स्पष्ट करा. 8
- (ड) विज्ञापनाचे वैधानिक पैलू स्पष्ट करा. 8
2. (अ) एकात्मिक (Integrated) विपणी संदेशवहनाची वैशिष्ट्ये विशद करा. 8
- (ब) चिन्हांकन प्रतिमा (Brand Image) काय आहे ? तिची बांधणी कशी करता येईल ? 8
- किंवा
- (क) चिन्हांकन व्यवस्थापनाची विविध मूलतत्वे स्पष्ट करा. 8
- (ड) चिन्हांकन समता (Brand Equity) ची वैशिष्ट्ये आणि निर्मिती प्रक्रिया विशद करा. 8
3. (अ) विज्ञापन अभिकर्त्याची कार्ये कोणती आहेत ? त्यांचे महत्व विशद करा. 8
- (ब) विशिष्ट चिन्हांकनाच्या विज्ञापनासाठी एखादा व्यवस्थापक माध्यमाची निवड कसा करतो ? 8
- किंवा
- (क) एखाद्या विज्ञापनाला यशस्वी करण्यात विपणी संशोधनाची भूमिका लिहा. 8
- (ड) विज्ञापनाचा विकास करण्याचे प्रक्रियेचे वर्णन करा. 8
4. (अ) विक्रय प्रोत्साहनासाठी उद्दीष्ट निर्धारणाची आणि विपणी प्रोत्साहनाची प्रक्रिया विशद करा. 8
- (ब) विक्रय प्रोत्साहनासाठी लक्ष (Target) प्रेक्षक (Audience) DAGMAR दृष्टीकोनानुसार निर्धारण करण्यावर प्रकाश द्या. 8
- किंवा
- (क) विपणीतील उपभोक्त्याच्या वर्तणुकीची गृहीते विश्लेषण करा. 8
- (ड) DAGMAR दृष्टीकोनाचे लाभ आणि मर्यादा विशद करा. 8
5. संक्षिप्त उत्तरे लिहा :
- (अ) विज्ञापनाचे लाभ आणि मर्यादा लिहा. 4
- (ब) प्रभावी चिन्हांकनाचे लाभ विशद करा. 4
- (क) विज्ञापन अभिकरणाच्या (Agency) संरचनेपासून आपणास काय अर्थबोध होतो ? 4
- (ड) विपणी स्थितिस्थापनेच्या (Positioning) मर्यादा लिहा. 4

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester-I Examination

ADVERTISING, SALES PROMOTIONS AND SALES MANAGEMENT—I

Paper—8.3

Vocational Group—III

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 80

N.B. :— (1) ALL questions are compulsory.

(2) All questions carry equal marks.

(हिन्दी माध्यम)

1. (अ) विज्ञापन की व्याख्या कीजिये। उसके प्रकार बताइये। 8
 (ब) विज्ञापन के नैतिक एवं सामाजिक पहलू स्पष्ट कीजिये। 8
- अथवा
- (क) विपणन प्रक्रिया में विज्ञापन की भूमिका स्पष्ट कीजिये। 8
 (ड) विज्ञापन के वैधानिक पहलू स्पष्ट कीजिये। 8
2. (अ) एकात्मिक (Integrated) विपणी संदेशवहन की विशेषताएं बताइये। 8
 (ब) चिन्हांकन प्रतिमा (Brand Image) क्या है ? उसकी निर्मिती कैसे की जा सकती है ? 8
- अथवा
- (क) चिन्हांकन व्यवस्थापन के विविध मूलतत्वों को स्पष्ट कीजिये। 8
 (ड) चिन्हांकन समता (Brand Equity) की विशेषताएं एवं निर्मिती प्रक्रिया बताइये। 8
3. (अ) विज्ञापन अभिकर्ता के कार्य कौनसे हैं ? उनका महत्व बताइये। 8
 (ब) विशिष्ट चिन्हांकन के विज्ञापन के लिये एक व्यवस्थापक माध्यम का चुनाव कैसे करता है ? 8
- अथवा
- (क) किसी एक विज्ञापन को सफल करने में विपणी संशोधन की भूमिका लिखिये। 8
 (ड) विज्ञापन का विकास करने की प्रक्रिया का वर्णन कीजिये। 8
4. (अ) विक्रय प्रोत्साहन के लिये उद्देश्य निर्धारण की एवं विपणी प्रोत्साहन की प्रक्रिया बताइये। 8
 (ब) विक्रय प्रोत्साहन के लिये लक्ष प्रेक्षक (Target Audience) को DAGMAR दृष्टिकोण अनुसार निर्धारण पर प्रकाश दीजिये। 8
- अथवा
- (क) विपणी में उपभोक्ता व्यवहार की मान्यताओं का विश्लेषण कीजिये। 8
 (ड) DAGMAR दृष्टिकोण के लाभ एवं मर्यादा बताइये। 8
5. संक्षेप में उत्तर लिखिये :
- (अ) विज्ञापन के लाभ एवं मर्यादाएं लिखिये। 4
 (ब) प्रभावी चिन्हांकन के लाभ बताइये। 4
 (क) विज्ञापन अभिकरण (Agency) की संरचना से आप क्या समझते हैं ? 4
 (ड) विपणी स्थिति स्थापन (Positioning) की मर्यादाएं लिखिये। 4