

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) How does advertising play an important role in marketing process of a business firm ? 8

(b) Explain the legal, ethical and social aspects of advertising. 8

OR

(c) Describe the various types of advertising. 8

(d) What are the functions of advertising ? 8

2. (a) Explain the concept 'Integrated Marketing Communication'. Discuss its features. 8

(b) What is Brand Management ? Highlight the different objectives of brand management. 8

OR

(c) Discuss 'Brand equity' and 'Brand building' as an important component of brand management process of a company. 8

(d) Highlight the ethics of advertising. 8

3. (a) Narrate the major players in advertising. 8

(b) Briefly discuss the structure of advertising agency with its functions. 8

OR

(c) Discuss the role of Brand Manager in advertising. 8

(d) Explain the process of developing advertising. 8

4. (a) 'Objective setting and market positioning are vital in marketing process.' Discuss. 8

(b) Explain DAGMAR approach in determination of Target Audience. 8

OR

(c) Describe the assumptions about consumer behaviour. 8

(d) Discuss the measures to improve consumer psychology. 8

5. Answer in brief :

(a) Need of Advertising. 4

(b) Write a note on Brand Management. 4

(c) Write a note on role of Market Research Firms. 4

(d) Write major factors influencing consumer behaviour. 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) व्यवसायातील विपणन प्रक्रियेत 'जाहीरात' कशा प्रकारे महत्वाची भूमिका निभावते ते स्पष्ट करा. 8
(ब) जाहीरातीच्या वैधानिक, नैतिक व सामाजिक बाबी स्पष्ट करा. 8

किंवा

- (क) जाहीरातीचे विविध प्रकार सांगा. 8
(ड) जाहीरातीची कार्ये कोणती आहेत ? 8
2. (अ) एकात्मिक विपणन संदेशवहनाची संकल्पना स्पष्ट करा. त्यांच्या ठळक लक्षणांची चर्चा करा. 8
(ब) "चिन्हांकन व्यवस्थापन" म्हणजे काय ? त्याची विविध वैशिष्ट्ये रेखांकित करा. 8

किंवा

- (क) 'चिन्हांकन व्यवस्थापन प्रक्रियेत 'चिन्हांकन समता' व 'चिन्हांकन बांधणी' महत्वाचे भाग आहेत'. चर्चा करा. 8
(ड) जाहीरातीची नितीमत्ता ठळकपणे स्पष्ट करा. 8
3. (अ) जाहीरातीचे मुख्य कार्यकर्ते (major players) सांगा. 8
(ब) जाहीरात अभिकर्तृत्वाची रचना व कार्ये थोडक्यात व्यक्त करा. 8

किंवा

- (क) जाहीराती मध्ये चिन्हांकन व्यवस्थापकाच्या भूमिकेची चर्चा करा. 8
(ड) जाहीरात विकसित करण्याची प्रक्रिया स्पष्ट करा. 8
4. (अ) 'उद्दिष्ट्य निर्धारण' आणि 'विपणी स्थानीयकरण' हे विपणन प्रक्रियेत महत्वाचे आहेत. चर्चा करा. 8
(ब) लक्षित ग्राहक निश्चित करण्यात डॅंगमार दृष्टीकोन स्पष्ट करा. 8

किंवा

- (क) ग्राहक वर्तवणूकीची गृहीते वर्णन करा. 8
(ड) ग्राहकाची मानसिकता सुधारित करण्यासाठी उपाय सांगा. 8
5. थोडक्यात उत्तरे लिहा :
(अ) जाहीरातीची आवश्यकता. 4
(ब) 'चिन्हांकन व्यवस्थापन' — टिप्पणी लिहा. 4
(क) विपणी संशोधन पेढ्यांची भूमिका स्पष्ट करा. 4
(ड) ग्राहक वर्तवणूक प्रभावित करणारी मुख्य घटके सांगा. 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) विपणन प्रक्रिया में विज्ञापन किस प्रकार से महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है ? 8
 (ब) विज्ञापन के वैध, नैतिक तथा सामाजिक पहलू स्पष्ट कीजिये। 8
- अथवा
- (क) विज्ञापन के विविध प्रकार बयान कीजिये। 8
 (ड) विज्ञापन के कार्य कौनसे हैं ? 8
2. (अ) एकात्मिक विपणन संदेशवहन की संकल्पना एवं मुख्य लक्षणों को स्पष्ट कीजिये। 8
 (ब) 'चिह्नांकन व्यवस्थापन' क्या है ? इसके मुख्य उद्देश्य बताइये। 8
- अथवा
- (क) 'चिह्नांकन समानता तथा चिह्नांकन निर्माण (Brand equity and Brand building), यह चिह्नांकन व्यवस्थापन प्रक्रिया का प्रमुख अंग है।' चर्चा कीजिये। 8
 (ड) विज्ञापन की आचार नीति (ethics) स्पष्ट कीजिये। 8
3. (अ) विज्ञापन में प्रमुख कार्यकर्ता स्पष्ट कीजिये। 8
 (ब) विज्ञापन अभिकर्तृत्व की संरचना एवं कार्यों पर चर्चा कीजिये। 8
- अथवा
- (क) विज्ञापन में चिह्नांकन व्यवस्थापक की भूमिका बताइये। 8
 (ड) विज्ञापन विकसित करने की प्रक्रिया स्पष्ट कीजिये। 8
4. (अ) "विपणन प्रक्रिया में उद्दिष्ट निर्धारण तथा विपणी स्थानीयकरण महत्वपूर्ण है।" चर्चा कीजिये। 8
 (ब) लक्षित ग्राहक निर्धारण में 'डॅगमार' दृष्टिकोण को स्पष्ट कीजिये। 8
- अथवा
- (क) उपभोक्ता व्यवहार में गृहीत तथ्यों का वर्णन कीजिये। 8
 (ड) उपभोक्ता मनोविज्ञान को बेहतर बनाने के उपायों पर चर्चा करें। 8
5. संक्षिप्त में लिखिये :
- (अ) विज्ञापन की आवश्यकता क्यों है ? 4
 (ब) चिह्नांकन व्यवस्थापन पर टिप्पणी कीजिये। 4
 (क) विपणी शोध संस्थाओं की भूमिका पर टिप्पणी लिखिये। 4
 (ड) उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने वाले प्रमुख कारक लिखिये। 4