

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

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

(2) All questions carry equal marks.

1. (a) Define advertisement. State its advantages and limitations. 8
 (b) Explain Ethical and Social aspects in advertisement. 8

OR

- (c) What are the various types of Advertising ? 8
 (d) Explain the functions of advertising. 8
2. (a) Explain the features of integrated marketing communication. 8
 (b) What is Brand Management ? State the different objectives of Brand Management. 8

OR

- (c) State the features and process of creation of Brand Equity. 8
 (d) Explain the necessity of Brand Building in competition. 8
3. (a) Mention the major players in advertising . 8
 (b) Explain the functions of Advertising Agency. 8

OR

- (c) Write the role of market research for the success of an advertisement. 8
 (d) Explain the process of developing advertising. 8
4. (a) 'In marketing process Objective setting and market positioning plays a crucial role' — Discuss. 8
 (b) Explain DAGMAR approach in determination of Target Audience. 8

OR

- (c) State the assumptions about Consumer Behaviour. 8
 (d) Enumerate the various factors determining Consumer Behaviour. 8
5. Answer in brief :
- (a) State the need of Advertising 4
 (b) What is 'Brand Image' ? 4
 (c) Write the types of advertising media. 4
 (d) Discuss the measures to improve consumer psychology. 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

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

(2) All questions carry equal marks.

(मराठी माध्यम)

1. (अ) जाहिरातीची व्याख्या करा. जाहिरातीचे लाभ आणि मर्यादा विशद करा. 8
- (ब) जाहिरातीच्या नैतिक व सामाजिक बाबी स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- (क) जाहिरातीचे विविध प्रकार कोणती आहेत ? 8
- (ड) जाहिरातीची विविध कार्ये स्पष्ट करा. 8
2. (अ) एकीकृत (एकात्मिक) विपणन संप्रेषणाची लक्षणे स्पष्ट करा. 8
- (ब) 'चिन्हांकन व्यवस्थापन' (Brand Management) म्हणजे काय ? त्याची विविध उद्दिष्ट्ये विशद करा. 8
- किंवा**
- (क) चिन्हांकन समता (Brand Equity) ची वैशिष्ट्ये आणि निर्मिती प्रक्रिया विशद करा. 8
- (ड) स्पर्धेत चिन्हांकन बांधणीची (Brand Building) आवश्यकता विशद करा. 8
3. (अ) जाहिरातीचे मुख्य कार्यकर्ते (Major Players) नमूद करा. 8
- (ब) जाहिरात अभिकर्तृत्वाची कार्ये स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- (क) एखाद्या जाहिराती ला यशस्वी करण्यात विपणी संशोधनाची भूमिका लिहा. 8
- (ड) जाहिरात विकसित करण्याची प्रक्रिया स्पष्ट करा. 8
4. (अ) 'उद्दिष्ट्य निर्धारण आणि विपणी स्थानीकरण हे विपणन प्रक्रियेत महत्वाचे आहेत'- चर्चा करा. 8
- (ब) लक्षित ग्राहक निश्चित करण्यात डॅगमार (DAGMAR) दृष्टिकोण स्पष्ट करा. 8
- किंवा**
- (क) ग्राहक वर्तवणूकीची गृहीते विशद करा. 8
- (ड) ग्राहक वर्तुणूक निर्धारणात विविध घटकांचे आगणन करा. 8
5. संक्षिप्त उत्तरे लिहा :
- (अ) जाहिरातीची आवश्यकता विशद करा. 4
- (ब) चिन्हांकन प्रतिमा (Brand Image) म्हणजे काय ? 4
- (क) जाहिरात माध्यमाचे विविध प्रकार दर्शवा. 4
- (ड) ग्राहकाची मानसिकता सुधारित करण्यासाठी उपाय 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

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

(2) All questions carry equal marks.

(हिन्दी माध्यम)

1. (अ) विज्ञापन की व्याख्या लिखिए। विज्ञापन के लाभ एवं मर्यादाएं लिखिए। 8
 (ब) विज्ञापन के नैतिक एवं सामाजिक पहलू स्पष्ट कीजिए। 8
 अथवा
 (क) विज्ञापन के विविध प्रकार कौन-से हैं ? 8
 (ड) विज्ञापन के कार्य स्पष्ट कीजिए। 8
2. (अ) एकीकृत विपणन संचार (Integrated Marketing Communication) के लक्षण स्पष्ट कीजिए। 8
 (ब) 'चिन्हांकन व्यवस्थापन' क्या है ? इसके मुख्य उद्देश्य बताइये। 8
 अथवा
 (क) 'चिन्हांकन समानता' (Brand Equity) की विशेषताएं एवं चिन्हांकन समानता की निर्माण प्रक्रिया लिखिए। 8
 (ड) स्पर्धा में चिन्हांकन तैयार करने की आवश्यकता स्पष्ट कीजिए। 8
3. (अ) विज्ञापन के प्रमुख कार्यकर्ता (Major Players) स्पष्ट कीजिए। 8
 (ब) विज्ञापन अभिकर्तृत्व के कार्य स्पष्ट कीजिए। 8
 अथवा
 (क) किसी भी विज्ञापन को सफल करने में विपणी संशोधन की भूमिका लिखिए। 8
 (ड) विज्ञापन को विकसित करने की प्रक्रिया स्पष्ट कीजिए। 8
4. (अ) 'विपणन प्रक्रिया में उद्देश्य निर्धारण तथा विपणी स्थानीकरण महत्वपूर्ण है।'-चर्चा कीजिए। 8
 (ब) लक्षित ग्राहक निर्धारण में 'डेगमार' (DAGMAR) दृष्टिकोण को स्पष्ट कीजिए। 8
 अथवा
 (क) उपभोक्ता व्यवहार में गृहीत तथ्यों का वर्णन कीजिए। 8
 (ड) उपभोक्ता आचरण निर्धारण के विभिन्न कारकों का गणन कीजिए। 8
5. संक्षेप में उत्तर लिखिये :
 (अ) विज्ञापन की आवश्यकता विशद कीजिए। 4
 (ब) चिन्हांकन प्रतिमा (Brand Image) क्या है ? 4
 (क) विज्ञापन माध्यम के विभिन्न प्रकार लिखिए। 4
 (ड) उपभोक्ता मनोविज्ञान को बेहतर बनाने के उपायों पर चर्चा कीजिए। 4