

TILAK MAHARASHTRA VIDYAPEETH, PUNE**BACHELOR OF COMMERCE (B.COM.)****EXAMINATION: - MAY 2022****THIRD/SIXTH SEMESTER****Subject: Marketing Management - III (BCOM19-309M / BCMM - 603)****Date: 20/05/2022****Total marks: 60****Time: 2.00 pm to 4.30 pm**

- Instructions:** 1) Attempt all Questions
2) Figures to the right indicate full marks

Q. 1) Answer the multiple Choice questions. (Any 10) (10)

1. AIDA means, attention, desire, _____, action.
 - a) information
 - b) impact
 - c) interest
 - d) intention
2. A good advertising copy should _____ people by providing knowledge relating to the product.
 - a) Confuse
 - b) Educate
 - c) Trouble
 - d) Help
3. _____ is the systematic design of size colour, scheme, graphics, object & text placement to send intended message to target audience.
 - a) Advertising copy
 - b) Advertising mix
 - c) Advertising media
 - d) Advertising layout
4. _____ is the latest media of advertising.
 - a) Television
 - b) Magazine
 - c) Newspaper
 - d) Internet
5. _____ is the fundamental law of nature of life.
 - a) Advertising
 - b) Media
 - c) Movement
 - d) Balance
6. _____ is the ability of medium to cover a geographical area.
 - a) Media mix
 - b) E- marketing
 - c) Proper Combination
 - d) Geographical Sensitivity
7. Media mix is a _____ media to be used as an advertising campaign.
 - a) waste
 - b) combination
 - c) choice
 - d) None of these
8. The price is the _____ value of the product.
 - a) exact
 - b) exchange
 - c) highest
 - d) none of these
9. Industrial advertising tries to develop the _____ for a company.
 - a) profit & cost
 - b) creativity and experience
 - c) image & goodwill
 - d) none of these
10. The four elements of Marketing mix are Product, Place, Promotion and _____.
 - a) Practical
 - b) Package
 - c) Price
 - d) Producers
11. _____ is creating a visual image of something.
 - a) Identification
 - b) Presentation
 - c) Layout
 - d) Visualization
12. AAAI means Advertising Agencies Association of _____.
 - a) India
 - b) Indonesia
 - c) Ireland
 - d) Italy

७. मिडीया मिक्स ही संकल्पना म्हणजे विविध माध्यमांचे जे जाहिरात मोहिमेत वापरले जाते.
 अ) वाया जाणे
 क) निवड
 ब) सुयोग्य मिश्रण
 ड) यापैकी कोणतेच नाही
८. किंमत हे वस्तूचे मूल्य आहे.
 अ) अचूक
 क) सर्वोच्च
 ब) विनीमय
 ड) यापैकी काहीही नाही
९. संस्थात्मक जाहिरातीचा उद्देश म्हणजे कंपनीची निर्माण कामणे हाच असतो.
 अ) नफा व खर्च
 क) प्रतिमा व सदिच्छा
 ब) सर्जनशीलता व अनुभव
 ड) यापैकी काहीही नाही
१०. विपणन मिश्रणाचे चार घटक म्हणजे उत्पादन, जागा, जाहिरात आणि-----.
 अ) प्रात्यक्षिक
 क) किंमत
 ब) पॅकेज
 ड) उत्पादक
११. म्हणजे वस्तुची द्रुष्यमान प्रतिमा.
 अ) ओळख
 क) आरेखन
 ब) प्रस्तूती
 ड) कल्पना करणे
१२. ए.ए.ए.आय म्हणजे अॅडव्हरटायझिंग एजन्सी असोसिएशन ऑफ
 अ) इंडिया
 क) आयर्लंड
 ब) इंडोनेशिया
 ड) इटली
१३. ----- करताना छपाई, दृक व श्राव्य यांचा वापर करून संभाव्य ग्राहकांचे लक्ष वेधले जाते.
 अ) वृत्तपत्रातील जाहिरात
 क) रेडिओ जाहिरात
 ब) दूरचित्रवाणी जाहिरात
 ड) व्यापार मेळा

प्र. २ टीपा लिहा (कोणतेही ३)

(१५)

१. जाहिरातीची आर्थिक बाजू
२. जाहिरातीची सामाजिक बाजू
३. जाहिरात आणि विपणन मिश्र
४. ए.आय.डी.ए. फॉर्म्युला
५. जाहिरात क्षेत्र पेशा म्हणून निवडण्याच्या मर्यादा

प्र. ३ खालील प्रश्नांची १५० शब्दांत उत्तरे द्या (कोणतेही २)

(२०)

१. जाहिरात संस्थेची निवड करताना विचारात घ्यावयाचे घटक स्पष्ट करा.
२. रेडिओ जाहिरात माध्यमाचे फायदे व तोटे स्पष्ट करा.
३. इ-जाहिरातीचे प्रकार स्पष्ट करा.
४. जाहिरात संस्थेची कार्ये स्पष्ट करा.

प्र. ४ खालील प्रश्नांची ३०० शब्दांत उत्तरे द्या (कोणतेही १)

(१५)

१. जाहिरात व्यवसायामध्ये महिलांची भूमिका स्पष्ट करा.
२. ग्रामीण जाहिरातीची व्याख्या लिहा. ग्रामीण जाहिरातीचे भारतातील महत्त्व यावर चर्चा करा. दोन परिणामकारक जाहिरात माध्यमे स्पष्ट करा.
३. जाहिरातीची रचना म्हणजे काय? जाहिरात रचनेतील विविध घटक स्पष्ट करा.
