

TILAK MAHARASHTRA VIDYAPEETH, PUNE
BACHELOR OF COMMERCE (B.COM)
EXAMINATION: MAY 2024
SIXTH SEMESTER

Subject: Marketing Management III (BCOM19-309M)

Date: 15/05/2024

Total marks: 100

Time: 10:00 a.m. to 1:00 p.m.

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

Q. 1. (A) Answer the multiple-choice questions (Any 10) (10)

(B) Answer in one sentence (Any 5)

(10)

1. State any two benefits of TV Advertising Media.
 2. What do you mean by Media Scheduling?
 3. State any two benefits of Advertising to retailers.
 4. State the four elements of ‘Marketing Mix’.
 5. State any two benefits of ‘Magazine’ as advertising media.
 6. State any two criticisms on Advertising.
 7. State any two limitations of Advertising.

Q. 2. Write Short Notes (Any 4)

(20)

1. E-Advertising
 2. A-I-D-A Formula
 3. Advantages and disadvantages of Television Advertising
 4. Advantages and disadvantages of News Paper as Advertising media
 5. Benefits of Brand
 6. Key objectives of Advertising

Q. 3. Answer in 150 words (Any 3)

(30)

1. What do you mean by rural advertising? Discuss the importance of rural advertising in India.
 2. State the advantages and disadvantages of Radio advertising.
 3. Discuss the different career options available in advertising sector.
 4. What are the factors affecting selection of media?
 5. Explain the types of Internet Advertising

Q. 4. Answer in 300 words (Any 2)

(30)

1. Define the functions of advertising agency. Explain in brief the factors influencing the selection of advertising agency.
 2. What is media mix? Explain the different geographical selectivity and media scheduling.
 3. Define Advertising. Explain the nature, scope & functions of advertising.
 4. Explain woman in advertising career.

मराठी रूपांतर

सूचना : १) सर्व प्रश्न अनिवार्य
 २) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

- प्र. १. (अ) खालील प्रश्नांचे योग्य पर्याय निवडा. (कोणतेही १०) (१०)
१. म्हणजे आकार, रंग, योजना, ग्राफिक्स, मजकुराचे स्थान यांचा पद्धतशीर आराखडा जो भावी ग्राहकांपर्यंत संदेश पोहोचवतो.
 अ) जाहिरातीची प्रत ब) जाहिरात मिश्र
 क) जाहिरात माध्यम ड) जाहिरातीचा ले-आऊट
 २. ए.आय.डी.ए. म्हणजे लक्ष वेधणे (अंगीशारीळेप), इच्छा(जशीभीश), कृती(अलीळेप).
 अ) माहिती (Information) ब) परिणाम (Impact)
 क) आवड (Interest) ड) हेतू (Intention)
 ३. ब्रान्डिंग प्रक्रियेच्या नियंत्रणास सुलभ करते.
 अ) व्यवसायिक ब) नैतिक
 क) सामाजिक ड) यापैकी काहीही नाही
 ४. एक चांगली जाहिरात प्रत म्हणजे उत्पादनाशी संबंधित प्रदान करून लोकांना शिक्षित करणे.
 अ) मदत ब) त्रास
 क) शिक्षित ड) गोंधळ
 ५. विषेणुमध्ये महत्त्वपूर्ण भूमिका बजावते.
 अ) जाहिरात ब) जाहिरात मिश्र
 क) जाहिरात माध्यम ड) जाहिरातीचा ले-आऊट
 ६. मिडीया मिक्स ही संकल्पना म्हणजे विविध माध्यमांचे जे जाहिरात मोहिमेत वापरले जाते.
 अ) वाया जाणे ब) सुयोग्य मिश्रण
 क) निवड ड) यापैकी कोणतेच नाही
 ७. ए.ए.ए.आय म्हणजे अँडव्हरटायझिंग एजन्सी असोसिएशन ऑफ
 अ) इंडिया ब) इंडोनेशिया
 क) आयर्लंड ड) इटली
 ८. हे कंपनीची दोन ब्रॅंड नेम्स नमूद करतात.
 अ) उत्पादकाचा ब्रॅंड ब) सेवा ब्रॅंड
 क) व्यवहार ब्रॅंड ड) को-ब्रॅंडिंग
 ९. हे जाहिरातीशिवाय अपूर्ण आहे.
 अ) विक्री करण्याचे कसब ब) फायदे
 क) पदवी ड) सुधारणा
 १०. म्हणजे माध्यमाची भौगोलिक क्षेत्रापर्यंत पसरण्याची क्षमता.
 अ) माध्यम मिश्रण ब) ई-मार्केटिंग
 क) सुयोग्य मिश्रण ड) भौगोलिक संवेदनशीलता
 ११. म्हणजे वस्तूचे संक्षिप्त वर्णन.
 अ) कॅपशन (उपशीर्षक) ब) सजावट
 क) स्लोगन (घोषवाक्य) ड) मॅस्कॉट

