

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—I (C.B.C.S.) Examination
ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT–I
Optional Paper—8 (1 T 8)
(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. Explain the legal and social aspects of Advertising. 8
- (b) Describe various functions of Advertising. 8

OR

- (c) Advertising plays an important role in the Marketing Process—Explain. 8
 - (d) Describe various types of Advertising. 8
2. (a) What is Integrated Marketing Communication ? Explain. 8
 - (b) Describe about Brand Management and explain its objectives. 8

OR

- (c) What are the different Ethics of Advertising ? Explain. 8
 - (d) Write notes on Brand Equity and Brand Building. 8
3. (a) Explain the process of developing an advertising. 8
 - (b) What are the major players in advertising ? Explain. 8

OR

- (c) Explain the structure and functions of an advertising agency. 8
- (d) What are the characteristics of Market Research Firms ? Explain. 8

4. (a) What is objective setting and market positioning ? Explain. 8
- (b) Describe 'Dagmar Approach' in determination of Target Audience and understanding them. 8

OR

- (c) Point out the needs of Consumer Behaviour. Write down its assumptions. 8
- (d) What are the various measures to improve Consumer Psychology ? 8
5. Answer in brief :
- (a) Explain Ethical aspects of Advertising. 4
- (b) Write note on Integrated Marketing Communication. 4
- (c) Explain importance of market research firm. 4
- (d) Different buying motives of consumers. 4

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—I (C.B.C.S.) Examination
ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT-I
Optional Paper—8
(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) जाहिरातीची व्याख्या लिहा. जाहिरातीच्या कायदेशीर व सामाजिक बाबी स्पष्ट करा. 8
(ब) जाहिरातीची विविध कार्ये वर्णित करा. 8

किंवा

- (क) 'विपणन प्रक्रियेत जाहिरात एक महत्वपूर्ण भूमिका निभावते' स्पष्ट करा. 8
(ड) जाहिरातीचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. 8
2. (अ) समुच्चयात्मक विपणन संदेशवहन काय आहे ? स्पष्ट करा. 8
(ब) 'चिन्हांकन (ब्रॅन्ड) व्यवस्थापन' स्पष्ट करा आणि त्याची उद्दिष्टे लिहा. 8

किंवा

- (क) जाहिरातीची विभिन्न नितिमत्ता काय आहे ? वर्णन करा. 8
(ड) चिन्हांकन गुणवत्ता आणि चिन्हांकन निर्मिती यावर टिपा लिहा. 8
3. (अ) जाहिरात विकास प्रक्रिया स्पष्ट करा. 8
(ब) जाहिरातीतील महत्वपूर्ण कारक (major players) कोणते आहेत ? स्पष्ट करा. 8

किंवा

- (क) जाहिरात संस्थेची रचना व कार्ये स्पष्ट करा. 8
(ड) विपणन संशोधन सार्थाची वैशिष्ट्ये कोणती आहेत ? स्पष्ट करा. 8

4. (अ) विपणन स्थानियीकरण आणि उद्देश निर्धारण काय आहे ? स्पष्ट करा. 8
- (ब) लक्षित ग्राहकांना निर्धारित करण्यासाठी तसेच त्यांना समजून घेण्यासाठी 'डॅगमार' दृष्टिकोन स्पष्ट करा. 8

किंवा

- (क) ग्राहक वर्तणुकीच्या गरजा निश्चित करा. त्याची गृहिते लिहा. 8
- (ड) ग्राहकांचीमानसिकता वाढविण्यासाठी कोणती विविध साधने आहेत ? 8
5. संक्षिप्त उत्तरे लिहा :
- (अ) जाहिरातीची नैतिक मुल्ये स्पष्ट करा. 4
- (ब) एकात्मिक विपणन संदेशवहन वर टिपा लिहा. 4
- (क) विपणन संशोधन सार्थाचे महत्व स्पष्ट करा 4
- (ड) ग्राहकांच्या विभिन्न क्रयप्रेरणा. 4

Bachelor of Commerce (B.Com.) Semester—I (C.B.C.S.) Examination
ADVERTISING SALES PROMOTION AND SALES MANAGEMENT–I
Optional Paper—8
(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 परिभाषा दीजिए। विज्ञापन के वैध एवं सामाजिक मुद्दों पर चर्चा कीजिए। 8
(ब) विज्ञापन के विविध कार्यों को विशद कीजिए। 8

अथवा

- (क) "विज्ञापन विपणन प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है" स्पष्ट कीजिए। 8
(ड) विज्ञापन के विविध प्रकार लिखिये। 8
2. (अ) एकात्मिक विपणन संदेशवाहन क्या हैं ? स्पष्ट कीजिए। 8
(ब) "चिन्हांकन व्यवस्थापन" स्पष्ट कीजिए एवं उसके उद्देश्य लिखिये। 8

अथवा

- (क) विज्ञापन के विभिन्न नैतिक मूल्य क्या हैं ? वर्णित कीजिए। 8
(ड) 'चिन्हांकन गुणवत्ता' एवं 'चिन्हांकन निर्मिती' इस पर टिप्पणी लिखिए। 8
3. (अ) विज्ञापन विकास प्रक्रिया को स्पष्ट कीजिए। 8
(ब) विज्ञापन के प्रमुख कार्यकर्ता कौन-से हैं ? स्पष्ट कीजिए। 8

अथवा

- (क) विज्ञापन संस्था की रचना तथा कार्यों को स्पष्ट कीजिए। 8
(ड) विज्ञापन संशोधन सार्थ की विशेषताएं क्या हैं स्पष्ट कीजिए। 8

4. (अ) विपणन स्थानीयकरण एवं उद्देश्य निर्धारण क्या है ? चर्चा करो। 8
- (ब) लक्षित ग्राहकों को निर्धारित करना तथा उनको समझना इसके लिए डॉगमर (DAGMAR) दृष्टिकोण को विस्तार से स्पष्ट कीजिए। 8

अथवा

- (क) उपभोक्ता व्यवहार की आवश्यकता निश्चित कीजिए तथा उसके गृहीत तथ्य लिखिए। 8
- (ड) ग्राहक मानसिकता बढ़ाने के लिए कौन-से विभिन्न साधन हैं ? स्पष्ट कीजिए। 8
5. संक्षिप्त उत्तर दीजिए :
- (अ) विज्ञापन की नीतिमत्ता स्पष्ट कीजिए। 4
- (ब) एकात्मिक विपणन संदेशवाहन पर टिप्पणी लिखिए। 4
- (क) विपणन संशोधन सार्थ का महत्व स्पष्ट कीजिए। 4
- (ड) ग्राहकों की विभिन्न क्रय प्रेरणाएं। 4