

05/12/2022

[Time: 2 ½ Hours]

[Marks: 75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All questions are compulsory.
 2. Marks are indicated to the right of each question.
 3. Please give suitable examples wherever necessary.

Q.1 Case Study: Multimedia Campaign (15)

The modern young Indian girl is extremely determined and fiercely driven by her passions. She is unafraid of conforming to societal norms and bravely pursues her dreams without regard to traditional stereotypes. To help them explore and discover new opportunities BSA LB is set to launch their latest range of girls' cycles during the ongoing festive season. With their new range of vibrant contemporary cycles, they want to bring a new offering into the market that is as dynamic and energetic as the girls who ride them. They hope to empower the young girls of today and tomorrow and open a world of possibilities and the campaign will be an ode to their drive and courage.

1. Prepare a creative brief for making an impact on target audience. (5)
2. Suggest an appropriate message strategy. (2)
3. Create 2 press advertisements based on the creative brief. (4)
4. Prepare a storyboard for television commercials based on the creative brief. (4)

OR

Q.1 Case Study: Multimedia Campaign (15)

Ferns N Petals wishes to launch a campaign that puts old friends, renewing forgotten ties and appreciation at the forefront. On the occasion of Diwali, celebrating human relationships and how gifts can play a pivotal role to rekindle old friendship and other relationships that we might have missed connection of in our busy lives –

#DiwaliRishtonWali will be the main focus of the campaign.

1. Prepare a creative brief for making an impact on target audience. (5)
2. Suggest an appropriate message strategy. (2)
3. Create 2 press advertisements based on the creative brief. (4)
4. Prepare a storyboard for television commercials based on the creative brief (4)

Q.2 Attempt any one set questions:

- A) Define creativity. Discuss the five various stages of the creative process? (7)
- B) Create a radio spot for Kotak Mahindra's new credit card. (8)

OR

- C) Explain the importance of emotionality and storytelling to influence the audience (7)
- D) Write a direct mailer announcing Starbucks' new Christmas special menu. (8)

Q.3 **Attempt any one set questions:**

- A) How is Advertorial Copy different from Infomercial copy? (7)
- B) Give two examples each of demonstrative and comparative types of advertising and justify. (8)

OR

- C) Describe the various elements of print advertisement.
 - D) Prepare a poster for the brand Indigo announcing the airline's new festive fares offer. (7)
- (8)

Q.4 **Attempt any one set questions:**

- A) What is Trans creativity and discuss the importance and scope of use of Trans creativity in advertisement copy? (7)
- B) Write a press release on behalf of Loreal about a new line of natural beauty products (8)

OR

- C) Evaluate the copywriting style of any one advertising campaign of the best advertising agency for their clients. (15)

Q.5 Write short notes on **ANY THREE** of the following: (15)

- a. SMS copy for Makemytrip's festive fares offer
- b. Write a classified ad for vacancy for a copywriter at an ad agency.
- c. Transit ad vs. ambient ads
- d. Evaluate any ad with Rational Appeal
- e. Product Brief

[वेळ: २:३० तास]

[गुण: १००]

- सूचना: १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
२. प्रत्येक प्रश्नाच्या उजवीकडे गुण दिलेले आहेत.
३. कृपया आवश्यक तेथे योग्य उदाहरण द्या.

प्र.१ केस स्टडी: मल्टीमिडिया मोहीम:

१५

आधुनिक तरुण भारतीय मुलगी अत्यंत दृढनिश्चयी आणि तीव्रपणे तिच्या आवडीने प्रेरित आहे. ती सामाजिक नियमांचे पालन करण्यास घाबरत नाही आणि पारंपारिक रुढींची पर्वा न करता धैर्याने तिच्या स्वप्नांचा पाठपुरावा करते. नवीन संधी शोधण्यात त्यांना मदत करण्यासाठी BSA LB चालू सणासुदीच्या काळात मुलींच्या सायकलची त्यांची नवीनतम श्रेणी लॉन्च करण्यासाठी सज्ज आहे. त्यांच्या दोलायमान समकालीन सायकलच्या नवीन श्रेणीसह, त्यांना एक नवीन ऑफर बाजारात आणायची आहे जी त्यांना चालवणाऱ्या मुलींप्रमाणेच गतिशील आणि उत्साही आहे. ते आजच्या आणि उद्याच्या तरुण मुलींना सक्षम बनवतील आणि शक्यतांचे जग उघडतील अशी त्यांना आशा आहे आणि ही मोहीम त्यांच्या मोहिमेचे आणि धैर्याने प्रतिक असेल.

१. लक्षित प्रेक्षकांवर प्रभाव टाकण्यासाठी एक सर्जनशील संक्षिप्त तयार करा. (५)
२. योग्य संदेश धोरण सुचवा. (२)
३. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित २ प्रेस जाहिराती तयार करा. (४)
४. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित टेलीव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा. (४)

किंवा

प्र.१ केस स्टडी: मल्टीमिडिया मोहीम:

(१५)

फर्न्स एन पेटल्सला एक मोहीम सुरु करण्याची इच्छा आहे जी जुन्या मित्रांना, विसरलेल्या संबंधांचे नूतनीकरण आणि प्रशंसा आघाडीवर ठेवते. दिवाळीच्या निमित्ताने, मानवी नातेसंबंध साजरे करणे आणि भेटवस्तू मैत्री आणि इतर नातेसंबंधांना पुन्हा जागृत करण्यासाठी कशी महत्त्वाची भूमिका बजावू शकतात ज्यांचा संबंध आपण आपल्या व्यक्त जीवनात गमावला आहे- # DiwaliRishtonWali या मोहिमेचा मुख्य फोकस असेल.

१. लक्षित प्रेक्षकांवर प्रभाव टाकण्यासाठी एक सर्जनशील संक्षिप्त तयार करा. (५)
२. योग्य संदेश धोरण सुचवा. (२)
३. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित २ प्रेस जाहिराती तयार करा. (४)
४. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित टेलीव्हिजन जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड तयार करा. (४)

- प्र.२ दोन्ही सेटमधून कोणताही एक सोडवण्याचा करा: (१५)
- अ. सर्जनशीलतेची व्याख्या करा. सर्जनशील प्रक्रियेच्या पाच विविध टप्प्यांची चर्चा करा? (७)
- ब. कोटक महिंद्राच्या नवीन क्रेडिट कार्डसाठी रेडीओ स्पॉट स्क्रिप्ट तयार करा. (८)

किंवा

- क. प्रेक्षकांना प्रभावित करण्यासाठी भावनिकता आणि कथाकथनाचे महत्त्व समजावून सांगा. (७)
- ड. स्टारबक्सच्या नवीन ख्रिसमस विशेष मेनूची घोषणा करणारा डिस्क्रेट मेलर लिहा. (८)

- प्र.३ दोन्ही सेटमधून कोणताही एक सेट सोडवण्याचा प्रयत्न करा: (१५)
- अ. जाहिरात कॉपी ही इन्फोमेशियल कॉपीपेक्षा वेगळी कशी आहे? (७)
- ब. प्रत्येक प्रात्यक्षिक आणि तुलनात्मक प्रकारच्या जाहिरातीची दोन उदाहरणे द्या आणि त्यांचे समर्थन करा. (८)

किंवा

- क. छापील जाहिरातीच्या विविध घटकांचे वर्णन करा. (७)
- ड. एअरलाइनच्या नवीन सणाच्या शुल्कात आकरण्यात आलेल्या ऑफरची घोषणा करणारे इंडिगो ब्रँडचे पोस्टर तयार करा. (८)

- प्र.४ दोन्ही सेटमधून कोणताही एक सेट सोडवण्याचा प्रयत्न करा: (१५)
- अ. ट्रान्स क्रिएटिव्हिटी म्हणजे काय आणि जाहिरात कॉपीमध्ये ट्रान्स क्रिएटिव्हिटीच्या वापराचे महत्त्व आणि व्याप्ती यावर चर्चा करा? (७)
- ब. Loreal च्या नवीन नैसर्गिक सौंदर्य उत्पादनासाठी प्रेस प्रकाशन (रिलीज) लिहा. (८)

किंवा

- क. क्लायंटसाठी सर्वोत्कृष्ट जाहिरात एजन्सीच्या कोणत्याही एका जाहिरात मोहिमेच्या कॉपीरायटिंग (१४) शैलीचे मुल्यांकन करा.

- प्र.५ संक्षिप्त टिपा लिहा. (कोणत्याही ३) (१५)

- अ) 'मेक माय ट्रीप' च्या सणासुदीसाठी आकरण्यात आलेल्या शुल्कावरील ऑफरसाठी एसएमएस कॉपी लिहा.
- ब) जाहिरात एजन्सीमध्ये कॉपीरायटरच्या रिक्त जागेसाठी एक वर्गीकृत (क्लासिफाईड) जाहिरात लिहा.
- क) संक्रमण जाहिरात वि. सभोवतालच्या जाहिराती
- ड) तर्कशुद्ध (रॅशनल अपील) आवाहनासह कोणत्याही जाहिरातीचे मूल्यमापन करा.
- इ) उत्पादन ब्रीफ

07/12/22

Time :- 2 ½ hours

Marks:- 75

Note:-

- 1) All questions are compulsory.
- 2) Figures on the right indicate marks.
- 3) Calculators are allowed.

Q. 1 Case study

- a. "Learning Craft" is an e-learning application focussing on skill-based programs for youth associated with National Skill Development Corporation (NSDC). They are launching new courses, especially short-term certificate courses with internship cum job after the completion of the course. They have expansion plans targeting second-tier cities in India. As a researcher suggest appropriate research design, sampling method, and research process to facilitate the expansion plan of "Learning Craft" application. (10)
- b. A survey on the heights (in cm) of 50 boys of class FYBAMMC was conducted at a college and the following data were obtained. Find the Mean, Median, Mode and range of the above data. (5)

Height (in cm)	120-130	130-140	140-150	150-160	160-170	Total
No of boys	2	8	12	20	8	50

OR

- c. Driving or riding in a vehicle in India is becoming dangerous as a result of the country's growing population and rising vehicle fleet. The number of traffic accidents in India is alarmingly high, especially in Maharashtra. Design a questionnaire to understand people's awareness of Rules of road regulation and guidelines to be followed while driving a vehicle. (8)
- d. "Smartphone addiction as an emerging behavioural form of addiction among teens in India". Write a report analyzing the validity of the statement. (7)

Q.2 Answer the following:-

- a. Discuss Observation as a primary data collection method. (8)
- b. What is pricing research and explain the measures of pricing research? (7)

OR

15735

Page 1 of 4

- c. Discuss the various physiological testing methods used in advertising research (8)
- d. What are measures used in post-testing? (7)

Q.3 Answer the following:-

- a. What are the challenges faced in pre-testing in advertising research? (8)
- b. Explain the various methods of conducting product testing? (7)

OR

- c. Describe projective techniques and its implication in research process. (8)
- d. What is copy research and explain various methods used under copy research? (7)

Q.4 Answer the following:-

- a. "Non-probability sampling is method of selecting sample on basis of subjective judgment rather than random selection". explain the statement and types of methods used under non-probability sampling. (8)
- b. What is research report writing and elaborate the components included in research report? (7)

OR

- c. What are the guidelines for formulating a good questionnaire and describe types of questions that can be incorporated in the questionnaire? (8)
- d. What is research design and elaborate on types of research design? (7)

Q.5 Short notes: - (Any three) (15)

- a. Literature Review.
- b. Experimental Research.
- c. Types of Hypotheses.
- d. Qualitative Vs Quantitative Research.
- e. Primary Research.

वेळ :- २.३० तास

गुण: ७५

- सूचना : (१) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.
 (२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.
 (३) कॅल्क्युलेटर वापरण्याची परवानगी आहे.

प्रश्न १. अ. केस स्टडी

१. "लर्निंग क्राफ्ट" हे राष्ट्रीय कौशल्य विकास महामंडळाशी (एनएमडीएम) सर्वाधिक युवकांसाठी कौशल्य-आधारित कार्यक्रमांवर लक्ष केंद्रित करणारे ई-लर्निंग ॲप्लिकेशन आहे. अभ्यासक्रम पूर्ण झाल्यानंतर इंटरनॅशनल कम जॉब असलेले नवीन अभ्यासक्रम, विशेषतः अल्पमुदतीचे सर्टिफिकेट कोर्सेस सुरू करत आहेत. भारतातील दुय्यम दर्जाच्या शहरांना लक्ष करून त्यांच्या विस्ताराच्या योजना आहेत. एक संशोधक या नात्याने "लर्निंग क्राफ्ट" ॲप्लिकेशनची विस्तार योजना सुलभ करण्यासाठी योग्य संशोधन आरम्भवाटा, नमुना पद्धत आणि संशोधन प्रक्रिया सुचवली आहे. (१०)

२. एका मद्रास विद्यालयात एफवायबीएएमसीच्या वर्गातील ५० मुलांच्या उंचीचे (सर्मीमध्ये) सर्वेक्षण करण्यात आले आणि पुढील माहिती घेण्यात आली. वरील डेटाचे मध्यमधिका, बहुलक आणि श्रेणी मोजा. (५)

उंची (सर्मीमध्ये)	120-130	130-140	140-150	150-160	160-170	संपूर्ण
मुलांची संख्या	2	8	12	20	8	50
नाही						

किंवा

प्रश्न १. ब. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या:

१. देशातील वाढती लोकसंख्या आणि वाढत्या वाहन ताफ्यामुळे भारतात वाहन चालविणे किंवा वाहन चालविणे धोकादायक ठरत आहे. भारतात विशेषतः महाराष्ट्रात वाहतूक अपघातांची संख्या चिंताजनक आहे. रस्ते नियमनाचे नियम आणि वाहन चालवताना पाळावयाच्या मार्गदर्शक तत्वांबद्दल लोकांची जागरूकता समजून घेण्यासाठी एक प्रश्नावली तयार करा. (८)
२. "स्मार्टफोनचे व्यसन हे भारतातील किशोरवयीन मुलांमध्ये व्यसनाधीनतेचे एक उदयोन्मुख वर्तनात्मक प्रकार म्हणून". विधानाच्या वैधतेचे विश्लेषण करणारा अहवाल लिहा. (७)

प्रश्न २. खालील उत्तरे द्या :-

१. प्राथमिक डेटा संकलन पद्धत म्हणून निराक्षणावर चर्चा करा. (८)
२. किंमत संशोधन म्हणजे काय आणि किंमतीच्या संशोधनाचे उपाय काय आहेत? (७)

किंवा

३. जाहिरात संशोधनात वापरल्या जाणारे या विविध शारीरिक चाचणी पद्धतींची चर्चा करा. (८)

15735

Page 3 of 4

BDD73FBDD1E57D42C46C7CB6220B7A6B

४. पोस्ट-चाचणीमध्ये कोणते उपाय वापरले जातात?

(७)

प्र.३ खालील प्रमाणे उत्तर द्या :-

१. जाहिरात संशोधनात पूर्व-चाचणीमध्ये कोणत्या आव्हानांना सामोरे जावे लागत?

(८)

२. उत्पादन चाचणी घेण्याच्या विविध पद्धती स्पष्ट करा?

(७)

किंवा

३. प्रोजेक्टव्ह तंत्रे आणि संशोधन प्रक्रियेतील त्यांच्या परिणामाचे वर्णन करा.

(८)

४. कॉपी रिसर्च म्हणजे काय आणि कॉपी रिसर्च अंतर्गत वापरल्या जाणार् या विविध पद्धतींचे स्पष्टीकरण काय आहे?

(७)

प्र.४ खालील उत्तर द्या :-

१. " गैरसंभाव्यता नमुना निवड पद्धती ही यादृच्छिक निवडीऐवजी व्यक्तिनिष्ठ निर्णयाच्या आधारे नमुना निवडण्याची पद्धत आहे", गैर-संभाव्यता नमुनांच्या अंतर्गत वापरल्या जाणार् या पद्धतींचे विधान आणि प्रकार स्पष्ट करा.

(८)

२. संशोधन अहवाल लिहिणे म्हणजे काय आणि संशोधन अहवालात समाविष्ट केलेल्या घटकांचे तपशीलवार वर्णन करणे काय आहे? (७)

किंवा

३. एक चांगली प्रश्नावली तयार करण्यासाठी आणि प्रश्नावलीमध्ये समाविष्ट केल्या जाणार् या प्रश्नांच्या प्रकारांचे वर्णन करण्यासाठी मार्गदर्शक तत्त्वे कोणती आहेत?

(८)

४. संशोधन आराखडा म्हणजे काय आणि संशोधन आराखडाच्या प्रकारांवर तपशीलवार माहिती काय आहे

(७)

प्र.५ पुढीलपैकी कोणत्याही तीन टिपा लिहा

(१५)

१. साहित्य समीक्षा.

२. प्रायोगिक संशोधन.

३. गृहीतकाचे प्रकार.

४. गुणात्मक व गणनात्मक संशोधनातील फरक.

५. प्राथमिक संशोधन.

09/12/22

[Time: 2½ hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- 1) N.B: 2) Figures to the right indicate full marks.
 3) Draw suitable diagrams wherever necessary
 4) Illustrate your answers with examples

Q1. (a) Explain the following concepts: -

1. Logo
2. Brand Image
3. Functional Benefits
4. Ingredient Co- Branding
5. Core Identity
6. Range Brand Manager

(6)

(b) Parachute from the house of Marico is India's No.1 coconut oil that contains the goodness of 100% pure coconut oil. The Brand wishes to extends its portfolio by launching – Shampoo and Conditioner.

On the basis of the above information answer the following:

1. What line extension strategy would you suggest? Justify. (3)
2. What is the current brand personality? Create a new personality using the Big Five. (3)
3. Who would you like to use as a Brand Ambassador based on your new Brand Personality and why? (3)

Q2. Answer the following:

- a. State and explain the brand building blocks (8)
- b. Explain Multi-branding and Multi Product Branding strategies with suitable examples (7)

OR

- c. Describe the various brand positioning strategies. (8)
- d. Explain Young & Rubicam Graveyard Model. (7)

Q3. Answer the following:

- a. Explain Brand Repositioning with suitable examples (8)
- b. How does CSR help in Brand Building (7)

OR

- c. Bring out the difference between Consumer and Industrial Brands. (8)
- d. What are Brand Building Imperatives? (7)

Q4. Answer the following:

- a. What is Brand Equity? Explain Brand Equity Ten model of measurement. (15)

OR

- b. Differentiate between Revitalization and Reinforcement of Brands with the help of the relevant examples (8)
- c. Depending on the Product Life cycle explain the branding strategies at each stage (7)

- Q5.** a. Write Short Notes on (ANY THREE) (15)
- a. Brand Hierarchy
 - b. Brand Loyalty Pyramid
 - c. Global Brand Manager
 - d. Corporate Branding
 - e. Brand Vs Product

[वेळ: 2 1/2 तास]

[गुण:75]

कृपया तुम्हाला योग्य प्रश्नपत्रिका मिळाली आहे का ते तपासा.

- सूचना : 1. उजवीकडील आकृत्या पूर्ण गुण दर्शवतात.
2. आवश्यक तेथे योग्य आकृती काढा
3. तुमची उत्तरे उदाहरणांसह स्पष्ट करा

प्र.१ अ खालील संकल्पना स्पष्ट करा

1. लोगो
2. ब्रँड प्रतिमा
3. फन्क्शनल बेनेफिट (कार्यात्मक फायदे)
4. घटक सह-ब्रँडिंग
5. मूळ ओळख (कोअर आयडेंटिटी)
6. श्रेणी ब्रँड व्यवस्थापक

(६)

(ब) मॅरिकोचे पॅराशूट हे भारतातील नंबर 1 नारळ तेल आहे ज्यामध्ये 100% शुद्ध खोबरेल तेल आहे. ब्रँडला शॅम्पू आणि कंडिशनर लॉन्च करून त्याचा पोर्टफोलिओ वाढवायचा आहे. वरील माहितीच्या आधारे पुढील उत्तरे द्या.

1. तुम्ही कंपनीला कोणत्या लाईन एक्सटेंशन स्ट्रॅटेजी सूचवाल. तुमच्या स्ट्रॅटेजीचे समर्थन करा
2. सध्याचे ब्रँड व्यक्तिमत्व काय आहे? बिग फाईव्ह वापरून एक नवीन व्यक्तिमत्व तयार करा.
3. तुमच्या नवीन ब्रँड व्यक्तिमत्त्वावर आधारित तुम्हाला ब्रँड अॅम्बेसेडर म्हणून कोणाचा वापर करायला आवडेल आणि का?

3
3
3

प्र.2

अ ब्रँड बिल्डिंग ब्लॉक्स सांगा आणि स्पष्ट करा

०८

ब योग्य उदाहरणांसह मल्टी-ब्रँडिंग आणि मल्टी-प्रॉडक्ट ब्रँडिंग धोरणे स्पष्ट करा

०६

किंवा

क विविध ब्रँड पोजिशनिंग धोरणांचे वर्णन करा.

०८

ड यंग आणि रुबिकॉम ग्रेव्हयार्ड मॉडेल स्पष्ट करा.

०६

10564

Page 3 of 4

प्र.3

अ योग्य उदाहरणांसह ब्रँड रिपोजिशनिंग स्पष्ट करा ०८
ब ब्रँड बिल्डिंगमध्ये CSR कशी मदत करते ०७

किंवा

क ग्राहक आणि औद्योगिक ब्रँडमधील फरक समोर आणा. ०८
ड ब्रँड बिल्डिंग अत्यावश्यक काय आहेत? ०७

प्र.4

अ ब्रँड इक्विटी म्हणजे काय? मोजमापाचे ब्रँड इक्विटी टेन मॉडेल स्पष्ट करा. (१५)

किंवा

ब संबंधित उदाहरणांच्या मदतीने ब्रँड्सचे पुनरुज्जीवन (रेव्हिटॅलिझेशन) आणि ०८
मजबुतीकरण (रिइन्फोर्समेंट) यामध्ये फरक करा
क उत्पादनाच्या जीवन चक्रावर अवलंबून प्रत्येक टप्प्यावर ब्रँडिंग धोरणे स्पष्ट करा ०७

प्र.५ टिपा लिहा (कोणत्याही तीन):-

(१५)

अ ब्रँड पदानुक्रम (हायरारकी)

ब ब्रँड लॉयल्टी पिरेमिड

क जागतिक ब्रँड व्यवस्थापक

ड कॉर्पोरेट ब्रँडिंग

इ ब्रँड आणि प्रॉडक्टमधील फरक स्पष्ट करा

08/12/22

BMM
Sem-5

(2 ½ Hours)

[Total Marks: 75]

- N.B.: 1. Attempt all questions (Q.1 is compulsory)
2. All questions carry equal marks
3. Figures to the right indicate full marks

Q. 1. Case Study: (15)

The **Indian Khadi apparel** wants to introduce its products in International Market. As a marketing consultant to the company kindly elaborate on the problems company going to face in the USA and China. Discuss market entry and communication strategy.

- Q.2. a) What is Globalisation? Explain the advantages and disadvantages of globalisation. (08)
b) Explain the difference between global and international marketing. (07)

OR

- Q. 2. c) Explain the role of WTO and GATT in promoting trade across the world. (08)
d) State the impact of globalisation on Indian advertising. (07)

- Q.3. a) With the help of a recent trend elaborate on the emergence of global brands and trends. (08)

- b) Discuss Global Advertising Regulations. (07)

OR

- Q.3 c) Explain the concept of Global Branding. What are the advantages and Disadvantages of Global Branding and Advertising? (08)

- d) Discuss strategies that increase brand awareness in the online scenario. (07)

- Q. 4. a) Explain the role and relevance of advertising and promotion in Global Society. (08)
b) Discuss the different propaganda techniques used in international advertising. (07)

OR

- c) Explain the negative impact of international brands on local society. (08)

- d) What are the internal challenges faced by international advertising? (07)

Q. 5. Write Short notes. (Any Three) (15)

1. New Media Culture.
2. Netflix as a Global Brand.
3. Western and non-western media content.
4. Media imperialism.
5. ASCI.

BAMMC Sem-5 12/12/22

Time: 2.5 hrs

Marks: 75

N.B.

1. All Questions are compulsory.
2. Mention the question number properly and neatly
3. Answer the question in the sequence given in the question paper

Q1) A) Case Study

Colgate Palmolive (India) Ltd intends to launch a multi-media campaign to promote, 'Colgate MaxFresh Orange Gel' Toothpaste. Colgate MaxfreshOrange toothpaste contains:

- Menthol that gives intense cooling and super freshness.
- It fights cavities, keeps germ build-up at bay and makes your teeth whiter on continuous use.
- It is a orange gel with cooling crystals that provide intense freshness.

Client Brief: Create awareness amongst the non-users about the brand USP of cooling freshness and 24 hours protection from germs.

As a marketing manager of Colgate MaxFresh Orange Gel, prepare the following:

- a) Outline its communication plan. 5
- b) State the advertising objectives. 4
- c) Create an advertising strategy using any two IMC tools. 6

OR

Q1) B) Explain GAP Model of Service Quality with the help of a real life Example. 15

Q2). A) How does the client evaluate advertising agency? 8

Q 2). B) How should an ad agency maintain a good relationship with clients? 7

OR

Q 2). C) Explain Account planning process? 8

Q 2).D) Discuss the contents of a good marketing Plan 7

Q3). A) Explain various Functions of an Advertising Agencies 8

Q3). B). Explain in brief various sources of Remunerations or compensation for the advertising Agency. 7

OR

Q3). C)Discuss variousTypes of advertising agencies. Give examples 8

Q3). D) Explain what Is Means-End Chain Theory? 7

Q4). A) What are functions of an Entrepreneurship **8**

Q4). B) Discuss the contents of a good Business plan. **7**

OR

Q4). C) Explain the Pitching process of an advertising Agency **8**

Q4). D) How agency gain clients **7**

Q5) Write short notes on the following (Attempt any three) **15**

- a) DAGMAR
- b) Objectives of Trade-Oriented Sales Promotion
- c) Objectives of Consumer-Oriented Sales Promotion
- d) Sampling and Premium
- e) Types of Trade Promotions



मराठी भाषांतर

२.५ तास

गुण : ७५

सूचना :

सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे
प्रश्न क्रमांक व्यवस्थित नमूद करणे आवश्यक आहे
इंग्रजी प्रश्नपत्रिकेची प्रत ही मूळ प्रत म्हणून ग्राह्य धरली जाईल.

प्रश्न १ अ केस स्टडी

कोलगेट पामोलिक् (इंडिया) लिमिटेड तर्फे 'कोलगेट मॅक्स फ्रेश अरिंज जेल' दूध पेस्टचा प्रचार करण्यासाठी मल्टी-मीडिया मोहीम सुरू करण्याचा मानस आहे. कोलगेट मॅक्स फ्रेश अरिंज दूधपेस्टमध्ये खालील बाबी समाविष्ट आहेत:

- त्वरित थंडावा आणि श्वासांचा ताजेपणा देणारे मेथॉल
- पोखरलेल्या दातामधील कॅल्शियम वर उपयुक्त आणि जंतू तयार होण्यापासून रोखणारी, तसेच सातत्याने वापरल्यास दातांना शुभ्रपणा देणारी तत्वे
- थंडावा देणाऱ्या स्फटिकापासून बनविलेली केशरी जेल्युक्त असल्यामुळे त्वरित थंडावा आणि श्वासांचा ताजेपणा प्रदान करते.

क्लायंटव्रीफ :

'थंडावा आणि श्वासांचा ताजेपणा देते तसेच जंतूपासून २४ तास संरक्षण देते' या कोलगेट मॅक्स फ्रेशच्या ब्रँडयूएसपीबद्दल अद्यापही जेल वापरून न पाहिलेल्या ग्राहक वर्गांमध्ये जागरूकता निर्माण व्हायला हवी हे या मोहिमेचे प्रमुख उद्दिष्ट आहे.

टाटा मोटर्सचे विपणन व्यवस्थापक म्हणून, पुढील गोष्टी तयार करा:

- अ त्याच्या संप्रेषण (जनसंवाद) योजनेची रूपरेषा. ५
- ब जाहिरातीची उद्दिष्टे सांगा ४
- क कोणतीही दोन IMC साधने वापरून जाहिरात धोरण तयार करा. ६

किंवा

प्रश्न १ ब रोजच्या जीवनातील उदाहरणाच्या मदतीने सेवा गुणवत्तेचे GAP मॉडेल स्पष्ट करा १५

प्रश्न २ अ क्लायंट एखाद्या जाहिरात एजन्सीचे मूल्यांकन/मूल्यमापन कसे करतो? ८

ब जाहिरात एजन्सीने ग्राहकांशी (क्लायंटशी) चांगले संबंध कशे प्रकारे राखले पाहिजेत? ७

किंवा

प्रश्न २ क खाते नियोजन (Account planning) प्रक्रिया स्पष्ट करा? ८

ड गॅप (GAP) मॉडेल थोडक्यात स्पष्ट करा. ७

प्रश्न ३ अ जाहिरात एजन्सीची विविध कार्ये स्पष्ट करा ८

ब जाहिरात एजन्सीसाठी मोबदला किंवा भरपाईचे विविध स्त्रोत थोडक्यात स्पष्ट करा. ७

किंवा

प्रश्न ३ क विविध प्रकारच्या जाहिरात संस्थांची चर्चा करा. उदाहरणे द्या. ८

ड मीन्स-एंडथिअरी म्हणजे काय ते स्पष्ट करा? ७

- प्रश्न ४ अ उद्योजकतेची (entrepreneurship) कार्ये काय आहेत ८
- ब चांगल्या व्यवसाय योजनेच्या सामग्रीची चर्चा करा. ७
- किंवा
- प्रश्न ४ क जाहिरात एजन्सीची पिचिंग प्रक्रिया स्पष्ट करा. ८
- ड एजन्सी ग्राहक कसे मिळवतात ७
- प्रश्न ५ खालील पैकी कोणत्याही तिघांवर संक्षिप्त टीपा लिहा १५
- अ DAGMAR
- ब व्यापाराभिमुख विक्री प्रोत्साहनाची उद्दिष्टे
- क ग्राहकाभिमुख विक्री प्रोत्साहनाची उद्दिष्टे
- ड सॅम्पलिंग आणि प्रीमियम
- इ व्यापार जाहिरातींचे प्रकार

TIME: - 2.5 Hours

Marks:-75

NOTE: - 1) All the question are compulsory subject to internal choice
2) Figures to the right indicate full marks

- Q.1.** Asahi Group is a beverage and food business group, which offers Calpico (non-aerated) drink in three delicious flavors mango, strawberry and original citrus. The brand is launching its products through amazon in India and has planned a social media launch for the same. On the basis of the given information answer the following questions:
Answer all the following questions based on information given. **15 marks**
- 1) Which social media platforms would be suitable for the launch according to you?
 - 2) What can be your objectives for the social media launch?
 - 3) State the consumer market segmentation for the campaign .
 - 4) Suggest, keywords and suitable hashtags for this launch.
- Q.2.** a) State the types of E-commerce and Online advertisement. **8 marks**
b) State the types of Mobile marketing. **7 marks**
(OR)
c) Elaborate on who are generation Y professionals? **8 marks**
d) State the behavioral internet (B2C, B2B, C2C and C2B) **7 marks**
- Q.3.** a) Write a brief note on Social Media Marketing Careers. **8 marks**
b) Explain the steps in creating content for multiple platforms. **7 marks**
(OR)
c) What are the characteristics of social media marketing? **8 marks**
d) Write a detailed note on 'Building content for sharing'. **7 marks**
- Q.4.** a) What is Social Media Marketing plan? **8 marks**
b) What is campaign management? **7 marks**
(OR)
c) Discuss the 8 C's of strategy development. **8 marks**
d) What is sentiment analysis? State its significance. **7 marks**
- Q.5.** Write a short note on any three out of five: **15 marks**
- a) Emoji
 - b) Hashtag
 - c) Social media listening
 - d) Honesty as a marketing tool for ethics
 - e) The rule of thirds

वेळ : २ तास ३० मिनिटे

गुण : ७५

सूचना : १) सर्व प्रश्न हे अंतर्गत निवडीच्या अधीन राहून अनिवार्य आहेत.
२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

- प्र. १. असाही गुप हा एक पेय आणि खाद्य उत्पादनांचा व्यवसाय आहे, जो आंबा, स्ट्रॉबेरी आणि मूळ लिंबूवर्गीय तीन स्वादिष्ट फ्लेवर्समध्ये कॅल्पिको (नॉन-एरेटेड) ह्या पेयाचे उत्पादन करतो. हा ब्रँड भारतात ऍमेझॉनद्वारे आपली उत्पादने लॉंच करत आहे आणि त्यासाठी सोशल मीडियाचा वापर करून लॉंच करण्याची योजना आखली आहे. दिलेल्या माहितीच्या आधारे खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या:
- १) तुमच्या मते कोणते सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्म लॉन्चसाठी योग्य असतील?
२) सोशल मीडिया लॉंच करण्यामागे तुमची कोणती उद्दिष्टे असू शकतात?
३) वरील कॅम्पेनसाठी योग्य तो ग्राहक वर्ग स्पष्ट करा.
४) या लॉन्चच्या संबंधित कीवर्ड आणि हॅशटॅग लिहा.
- प्र. २. अ) ई-कॉमर्स आणि ऑनलाइन जाहिरातींचे प्रकार विस्तृतपणे लिहा. ८ गुण
ब) मोबाईल मार्केटिंगचे प्रकार स्पष्ट करा. ७ गुण
- किंवा
- क) जनरेशन Y व्यावसायिक कोण आहेत हे स्पष्ट करा? ८ गुण
ड) वर्तनात्मक इंटरनेट (बीटूसी, वीटूबी, सीटूसी आणि सीटूबी) सांगा. ७ गुण
- प्र. ३. अ) सोशल मीडिया मार्केटिंगमधील करिअर संधींवर एक संक्षिप्त टीप लिहा. ८ गुण
ब) एकापेक्षा अधिक प्लेटफॉर्मस् करिता कॉन्टेंट बनवण्याचा क्रम स्पष्ट करा. ७ गुण
- किंवा
- क) सोशल मीडिया मार्केटिंगची वैशिष्ट्ये कोणती आहेत? ८ गुण
ड) "बिलिंग कॉन्टेंट फॉर शेअरींग" वर तपशीलवार टीप लिहा. ७ गुण
- प्र. ४. अ) सोशल मीडिया मार्केटिंग प्लॅन म्हणजे काय? ८ गुण
ब) मोहीम व्यवस्थापन म्हणजे काय? ७ गुण
- किंवा
- क) धोरण विकासाचे "८ सी" स्पष्ट करा. ८ गुण
ड) भावना विश्लेषण म्हणजे काय? त्याचे महत्त्व सांगा. ७ गुण
- प्र. ५. पाचपैकी कोणत्याही तीन प्रश्नांवर टीपा लिहा. १५ गुण
अ) ईमोजी
ब) हॅशटॅग
क) सोशल मीडिया लिमिटींग
ड) प्रामाणिकपणा : एक विपणन साधन
इ) द रूल ऑफ थर्ड्स

TY-BAMMC Sem-5

15/12/2022

[Time: 2½ hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. Figures to the right indicate full marks.
 2. Draw suitable diagrams wherever necessary.
 3. Use of simple calculator is allowed.
 4. Illustrate your answers with examples.

Q1. **Case Study**

1. Packaged Diet Drink

OR

2. E-Wallet

Keeping in mind the following brief

(15)

1. Product Offering (04)
2. Lead Generation (3.5)
3. Database Management (04)
4. Methodology and Channels used (3.5)

Q2. **Answer the following**

- a. Calculate the lifetime value of Ms. Poonam Pandey as on 2010 from the following given data (10)

Particulars	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Indirect Cost	-	6,000	11,000	8,000	7,000	5,000
Direct revenue	7,000	5,000	15,000	-	6,000	3,000
Bad Debts	3,000	-	6,000	4,000	5,000	2,000
Sales	1,05,000	1,35,300	1,86,500	2,03,400	2,32,300	3,01,100
Discount	4,000	8,000	5,000	1,000	2,000	-
Telemarketing	6,000	10,000	9,000	9,000	8,000	6000

Note: 1.All figures in the table are in Rupees. 2.Discount is 10%

- b. State the impact of e-commerce on the global economy. (05)

OR

- c. Explain the term direct marketing? Bring out the importance of direct marketing? (08)
- d. What is E-commerce? Discuss in detail various features of E-commerce. (07)

Q3. **Answer the following**

- a. In the age of cashless economy, explain the different payment systems build by companies to facilitate easy transaction. (08)
- b. Discuss in detail, how customer mix and managing the key customers plays an important role towards building Customer Relationship management (CRM) for marketer. (07)

OR

- c. Explain the process of payment gateway in detail with examples. (08)
- d. Define E- Business. Discuss different phases of launching an E-Business with special reference to women apparel brand. (07)

Q4. Answer the following

- a. Describe the relationship of Integrated Marketing Communication (IMC) with Direct Marketing. (08)
- b. Explain in detail various steps in developing a database used by a direct marketer to sustain in market. (07)

OR

- c. What is web design? Demonstrate the various principle of web design considered by web designer of a company. (08)
- d. What is Internet? Explain how companies use Internet to promote products? (07)

Q5. a. Write Short Notes on (ANY THREE) (15)

1. Trademark and Copyright.
2. Cross-selling and Up-selling.
3. Supply chain management.
4. Growing importance of social media.
5. Product customization.

Time: 2Hrs. 30 Mins

TY-BAMMC Sem-5

Marks: 75

16/12/22

Instruction:

- 1) Question No. 1 is compulsory.
- 2) Draw Diagrams and give examples wherever necessary.
- 3) Figures to the right indicate full marks.

Q1. Explain the following terms (any 5)

15 marks

- a. Self-Concept.
- b. Dogmatism
- c. Work Groups.
- d. Gender-Subculture.
- e. Diffusion Process.
- f. Classical conditioning
- g. Subliminal Perception

Q2.

- a. Explain in brief the stages of traditional FLC. 8 marks
- b. What is an advertising appeal? Giving suitable examples and discuss the various kinds of appeals used by advertisers. 7 marks

OR

Q2.

- c. Which would be the most appropriate FLC stage to be targeted for the following and why? 8 marks
 - i. Canned Soup
 - ii. Medical Insurance
 - iii. Gold Jewellery
 - iv. Baby Food
- d. What is communication? Explain the importance of source credibility in the communication process? 7 marks

Q3.

- a. Explain the five class/ categories of adopters giving examples for each. 8 marks
- b. Explain the 6 basic characteristics of Social Class 7 marks

OR

Q3]

- c. What is the role of media in creating stereotypes? 8 marks
- d. Who is an opinion leader? What are the characteristics of opinion leaders? 7 marks

Q4.

- a. What are the Indian Core Values? How have they changed with time? Give example of advertisements that represent Indian Core Values. 15 marks

OR

.....

.....

Time: 2Hrs. 30 Mins

Marks: 75

- b. What has given rise to the importance of the study of Consumer Behaviour? Justify your answer with suitable examples. 15 marks

Q5] Write Short Notes on (any3)

15 marks

- a) Trait Theory
- b) Maslow's Need Theory.
- c) Tri-Component Attitude Model
- d) VALS
- e) Formal and Informal Groups.

SET2 Paper / Subject / Code: - 27429 / Advertising: Consumer Behaviour

वेळ : २ तास ३० मिनिटे

गुण : ७५

सूचना :

- १) प्रश्न क्रमांक १ अनिवार्य आहे.
- २) योग्य त्या ठिकाणी आकृत्या काढा आणि आवश्यक तेथे उदाहरणे द्या.
- ३) उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.
- ४) इंग्रजी प्रश्नपत्रिका ही मूळ प्रश्नपत्रिका आहे

प्रश्न १.

खालील संज्ञा स्पष्ट करा (कोणत्याही 5)

१५ गुण

- a स्व: ची संकल्पना. (Self-Concept.)
- b कट्टरता (Dogmatism)
- c कार्य गट. (Work Groups.)
- d लिंग उपसंस्कृती. (Gender Subculture.)
- e प्रसार प्रक्रिया. (Diffusion Process.)
- f क्लासिकल कंडिशनिंग (Classical conditioning)
- g उदात्त धारणा (Subliminal Perception)

प्रश्न २

अ) पारंपारिक FLC (Family Life Cycle/कौटुंबिक जीवनचक्र) चे टप्पे थोडक्यात स्पष्ट करा. 08

८ गुण

ब) जाहिरात अपील म्हणजे काय? जाहिरातदारांद्वारे वापरण्यात येणाऱ्या विविध appeal प्रकारांची चर्चा योग्य उदाहरणांद्वारे करा.

७ गुण

07

किंवा

प्रश्न २.

क) खालील साठी लक्षित करण्यासाठी सर्वात योग्य FLC स्टेज कोणता असेल आणि का?

08

i कॅनडू सूप

ii वैद्यकीय विमा

iii सोन्याचे दागिने

iv बालकांचे खाद्यान्न

८ गुण

ड) संवाद म्हणजे काय? संप्रेषणामध्ये स्रोत विश्वासाहतेचे महत्त्व स्पष्ट करा

७ गुण

प्रश्न ३)

अ) दत्तकांचे (adopters) पाच वर्ग/श्रेणी उदाहरणांसह स्पष्ट करा.

८ गुण

08

ब) सामाजिक वर्गाची 6 मूलभूत वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

७ गुण

किंवा

प्रश्न ३

क) स्टिरियोटाइपस् तयार करण्यात माध्यमांची भूमिका काय आहे?

८ गुण

08

ड) मत नेता (opinion leader) कोण आहे? मत नेत्यांची वैशिष्ट्ये काय आहेत ?

07

प्रश्न ४ .

अ) भारतीय मूलभूत मूल्ये काय आहेत? काळाबरोबर ते कसे बदलले? भारतीय मूलभूत मूल्यांचे प्रतिनिधित्व करणाऱ्या जाहिरातींचे उदाहरण द्या.

१५ गुण

किंवा

प्रश्न ४

ब) ग्राहक वर्तनाच्या अभ्यासाचे महत्त्व कशामुळे वाढले आहे? योग्य उदाहरणांसह तुमचे उत्तर योग्य ठरवा.

१५ गुण

15

प्रश्न ५ टिपा लिहा (कोणतेही तीन)

गुण १५

15

अ) वैशिष्ट्य सिद्धांत

ब) मास्तोची गरज सिद्धांत.

क) त्रि-घटक वृत्ती मॉडेल

ड) VALS

इ) औपचारिक आणि अनौपचारिक गट.

Duration: 2 & ½ hours

Total marks: 75

- N.B. 1. All Questions are compulsory**
2. Figures to the right indicate marks

Q.1.A. Explain in detail an ethnographic Documentary which you have witnessed. Discuss the advantages of such films (15)

OR

Q.1.B. Write a script for a historical documentary and mention in the concept note the research modes and pre-production details (15)

Q.2. A) Explain environmental Documentary and its uses. (7)

B) Explain in detail the elements of a Science & Technology documentary film and how it can be advantageous for the target audience (8)

OR

C) What is the pre-production process of making a documentary film? Explain step wise and in detail. (7)

D) What is the basic process of making an ad film? Explain step wise and in detail. (8)

Q.3. A) Explain in detail the importance of art and culture documentary film. (7)

B) How do documentaries belonging to the genres: **Social issues and family values** help the target audience. Give appropriate examples to validate your answer (8)

OR

C) Explain Science Documentary in detail. Examples must be included. (7)

D) Explain the role of budgeting, story board and a selling concept in an ad film making (8)

Q.4. A) Write a selling concept and prepare a storyboard for a PSA (Compulsory wearing of helmets by two-wheeler users) which is being released by Mumbai Police. This is for a 30 second ad (15)

OR

B) Explain the process from pre to post production in ad film making. If you have to make an ad film for Glucose Biscuits who would your cast and crew consist of? Explain in details the reason for your selection (15)

Q.5. Write Short Notes (Any 3 out of 5) (15)

- a. Location shoot
- a. Special effects
- b. Translation
- c. Role of Agency
- d. DI & Subtitling