

Time: 2.5 HRS

Total MARKS: 75

- N.B.:** 1. Read the questions carefully before answering
2. Figures to the right indicate the full marks
3. Give example when necessary
4. Calculators are allowed

1. (a) Big news, a 24- hour news channel, wishes to launch a new streaming service across India. The OTT platform would showcase a wide variety of content for viewers of different age groups. As a researcher suggest an appropriate research design, research technique and sampling method to facilitate their plan. 10
- (b) Compute Mean, Median, Mode and Range for the following data. 5
20,23,25,35,40,40,42,50,80.
- OR**
- (c) Design a questionnaire to find out the reaction of the youth towards controversial advertising. 8
- (d) “Excessive TV watching leads to obesity among children”. Write a report analyzing the validity of the statement. 7
2. Answer the Following:
- (a) Discuss the various methods of conducting product research. 8
- (b) Write a note on the importance of literature review. 7
- OR**
- (c) Explain the advantages and disadvantages of Focus Group discussion. 8
- (d) Discuss the nature and scope of marketing research in India. 7
3. Answer the Following:
- (a) Explain the various methods of conducting copy research. 8
- (b) Write a note on pricing research. 7
- OR**
- (c) Discuss the types and the significance of secondary data in marketing research. 8
- (d) Mention the guidelines for designing a good questionnaire. 7
- 4 Answer the Following:
- (a) Discuss projective techniques in detail. 8
- (b) Write a note on probability sampling. 7
- OR**
- (c) Discuss various print and broadcast pretesting methods. 8
- (d) Explain different physiological rating scales used in advertising research. 7
5. Explain **Any3** of the following. 15
- (a) Hypothesis.
- (b) Survey method.
- (c) Research design.
- (d) Concept testing.
- (e) Measurement scales

(मराठी रूपांतरण)

वेळ :- 2, 1/2 तास

एकूण गुण: ७५

- टीप : 1. उत्तर देण्यापूर्वी प्रश्न काळजीपूर्वक वाचा
2. उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात
3. आवश्यकता असेल तेव्हा उदाहरण द्या
4. कॅल्क्युलेटरला परवानगी आहे.

प्रश्न १ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या

१०

अ केसस्टडी

- i. बिग न्यूज या २४ तास चालणाऱ्या वृत्तवाहिनीला संपूर्ण भारतात नवी स्ट्रीमिंग सेवा सुरू करण्याची इच्छा आहे. ओटीटी प्लॅटफॉर्मवर विविध वयोगटातील प्रेक्षकांसाठी विविध प्रकारचा कंटेंट दाखवला जाणार आहे. संशोधक म्हणून त्यांची योजना सुलभ करण्यासाठी योग्य संशोधन (आराखडा) डिझाइन, संशोधन तंत्र आणि नमुना पद्धत सुचवा .
- ii. खालील माहिती वरून मध्य, मध्यका, बहुलक, सरासरी काढा
- 20,23,25,35,40,40,42,50,80

५

किंवा

ब खालील उत्तरे द्या:

- i) वादग्रस्त जाहिरातींबद्दल तरुणांची प्रतिक्रिया जाणून घेण्यासाठी प्रश्नावली तयार करा
- ii) "जास्त टीव्ही पाहण्यामुळे मुलांमध्ये लडपणा वाढतो". निवेदनाच्या वैधतेचे विश्लेषण करणारा अहवाल लिहा.

८

७

प्रश्न २

खालील उत्तरे द्या:

- अ उत्पादन संशोधन करण्याच्या विविध पद्धतींवर चर्चा करा
- ब साहित्य समीक्षेचे महत्त्व यावर टिपण लिहा

८

७

किंवा

- क फोकस (चर्चासमूहाचे) फायदे आणि तोटे समजावून सांगा.
- ड भारतातील विपणन संशोधनाचे स्वरूप आणि व्याप्ती यावर चर्चा करा

८

७

प्रश्न ३ खालील उत्तरे द्या

अ कॉपी संशोधन करण्याच्या विविध पद्धती समजावून सांगा ८

ब मूल्य निर्धारण संशोधनावर एक टिपण लिहा ७

किंवा

क विपणन संशोधनात दुतीय माहिती संकलनाचे प्रकार आणि महत्त्व यावर चर्चा करा. ८

ड एक चांगली प्रश्नावली आराखडा करण्यासाठी मार्गदर्शक तत्वे नमूद करा. ७

प्रश्न ४ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या

अ प्रोजेक्टव्ह (प्रकल्प) तंत्र सविस्तर चर्चा करा ८

ब संभाव्यता नमुन्यावर एक टिपण लिहा ७

किंवा

क विविध लिखित आणि प्रेक्षण पूर्वचाचणी पद्धतींवर चर्चा करा. ८

ड जाहिरात संशोधनात वापरल्या जाणार्या वेगवेगळ्या शारीरिक मापन पद्धती समजावून सांगा ७

प्रश्न ५ खालीलपैकी कोणत्याही तीन गोष्टींवर थोडक्यात उत्तरे लिहा: १५

अ परिकल्पना. (गृहीतकृत्य)

ब सर्वेक्षण पद्धती

क संशोधन डिझाइन

ड संकल्पना चाचणी

ई मापन (पद्धती) स्केल

Time:(2.5 Hours)

[Total Marks: 75]

- NB: 1. Read the questions carefully before answering
 2. Figures to the right indicate the full marks
 3. Give example when necessary

Q.1 Answer the following

A CASE STUDY

Aquafina is launching a new campaign to create an affinity between consumers and the brand. Right now, 70% of Indians are walking around dehydrated. They know that they should be drinking more water, but they aren't sure why. And so they turn to other drinks to quench their thirsts, not realizing the extent to which drinking more water can improve their health and make them look and feel better.

With Aquafina Drinking Water, the fact that water is key to healthy living and the need for people to take cognizance of the quality of water they drink.

As a marketing manager at Aquafina, prepare

- a. Outline the Communication Plan. 5
- b. State the advertising objectives. 4
- c. Support your advertising strategy using two IMC tools. 6

B What Is the Role of an Advertising Agency? Discuss various functions and the structure of an advertising Agency 15

Q 2 Answer the following

A Explain Account planning process 8

B Describe various Types of Advertising agencies 7

OR

C Explain GAP Model of Service Quality with the help of a real life Example 8

D Discuss the role of account planning in advertising 7

Q 3 Answer the following

A Discuss the contents of a good marketing Plan 8

B Stages in the client-agency relationship 7

OR

C Discuss the contents of a good Business Plan 8

D Discuss any two theory of Entrepreneurship 7

Q 4 Answer the following

A The Scope and Role of Sales Promotion 8

B Various types of Trade – oriented sales promotions 7

OR

C Objectives of Sales Promotion 8

D Various types of Consumer – oriented sales promotions 7

Q 5 Write short notes on any three of the following: 15

- a. Methods of Equity Financing
- b. Any two methods of Generating New Idea for Entrepreneurs
- c. DAGMAR
- d. Common ways in which advertising agencies generate income
- e. Pitching

मराठीभाषांतर

वेळ : २.५तास

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 .

१. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या 15
- अ) केस स्टडी
ग्राहक आणि ब्रँड यांच्यात आत्मीयता निर्माण करण्यासाठी Aquafina एक नवीन मोहीम सुरू करत आहे. सध्या, 70% भारतीय निर्जलीकरणाने फिरत आहेत. त्यांना माहित आहे की त्यांनी जास्त पाणी प्यायले पाहिजे, पण का ते त्यांना माहित नाही. आणि त्यामुळे त्यांची तहान शमवण्यासाठी ते इतर पेयांकडे वळतात, जास्त पाणी पिल्याने त्यांचे आरोग्य किती सुधारते आणि ते दिसायला आणि चांगले वाटू शकते हे लक्षात येत नाही.
Aquafina सह, ग्राहक त्यांच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी घेत असलेल्या प्रत्येक बाटलीच्या गुणवत्तेची खात्री बाळगू शकतात. पेप्सीच्या निर्मात्यांकडून हा एक जागतिक ब्रँड आहे आणि भारतासह 35 पेक्षा जास्त देशांमध्ये उपलब्ध आहे. एक्वाफिना ड्रिंकिंग वॉटरसह, पाणी हे निरोगी जीवनाची गुरुकिल्ली आहे आणि लोकांनी ते पीत असलेल्या पाण्याची गुणवत्ता लक्षात घेण्याची गरज आहे.
Aquafina येथे विपणन व्यवस्थापक म्हणून, तयारी करा
अ. संप्रेषण योजनेची रूपरेषा तयार करा. ५
ब. जाहिरात उद्दिष्टे सांगा. ४
क. दोन IMC साधने वापरून तुमच्या जाहिरात धोरणाला समर्थन द्या. ६
- ब. जाहिरात एजन्सीची भूमिका काय आहे? विविध कार्ये आणि जाहिरात एजन्सीच्या संरचनेची चर्चा करा १५
२. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या
- अ) खाते नियोजन प्रक्रिया स्पष्ट करा ८
- ब. विविध प्रकारच्या जाहिरात संस्थांचे वर्णन करा ७
- किंवा
- क. वास्तविक जीवनातील उदाहरणाच्या मदतीने सेवा गुणवत्तेचे GAP मॉडेल स्पष्ट करा ८
- ड. जाहिरातींमध्ये खाते नियोजनाच्या भूमिकेची चर्चा करा ७
३. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या
- अ) चांगल्या विपणन योजनेच्या सामग्रीची चर्चा करा ८
- ब. क्लायंट-एजन्सी संबंधातील टप्पे ७
- किंवा
- क. चांगल्या व्यवसाय योजनेच्या सामग्रीची चर्चा करा ८
- ड. उद्योजकतेच्या कोणत्याही दोन सिद्धांतांवर चर्चा करा ७

- ४ खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या
- अ) विक्री प्रमोशनची व्याप्ती आणि भूमिका ८
- ब. विविध प्रकारचे व्यापार - केंद्रित विक्री जाहिराती
किंवा ७
- क. विक्री प्रोत्साहनाची उद्दिष्टे ८
- ड. ग्राहकाभिमुख विक्री जाहिरातीचे विविध प्रकार ७
५. खालीलपैकी कोणत्याही तीन टिपा लिहा १५
- अ. इक्विटी फायनान्सिंगच्या पद्धती
- ब. उद्योजकांसाठी नवीन कल्पना निर्माण करण्याच्या कोणत्याही दोन पद्धती
- क. DAGMAR
- ड. जाहिरात एजन्सी उत्पन्न मिळवण्याचे सामान्य मार्ग
- इ. पिचिंग

[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. Illustrate your answers with examples

Q1. (a) Explain the following concepts: -

1. Unaided awareness
2. Brand Association
3. Composite Co- Branding
4. Range Brand
5. Corporate Image
6. Service Brand

(6)

(b) Case Study:

Tibetan and Chinese quick- service restaurant (QSR) chain Wow! Momo has forayed into fast -moving consumer goods sector with its frozen momos. Initially the frozen momos will be available via Big Basket in 10 major cities of India.

On the basis of the above information answer the following:

1. What line extension strategy would you suggest? Justify. (3)
2. Analyze the current brand personality of Wow! Momos using the brand personality scale. (3)
Who would you like to use as a Brand Ambassador based on the Brand Personality and (3)
3. why? (3)

Q2.

- a. What are the four brand identity perspectives (8)
- b. State and briefly explain the various types of Brand-leveraging strategies? (7)

OR

- c. What is Brand revitalizing? Explain with example the ways in which revitalizing can be done. (8)
- d. Describe the various practices that can be used for successful retail branding. (7)

Q3.

- a. Explain various advantages of building a strong brand image? (8)
- b. How can CSR activities be used for Brand Building? (7)

OR

- c. Explain various stages of growth and maturity of brands with a suitable example (8)
- d. What are Brand Building Imperatives (7)

Q4.

- a. Explain the Brand Asset valuator (BAV) with Power grid. (15)
- OR
- b. Elucidate Brand Building Blocks. (8)
 - c. Write a note on Corporate Advertising (7)

Q5. Write Short Notes on (ANY THREE)

(15)

- a. Brand v/s Product
- b. Service Brands
- c. Brand Loyalty Pyramid
- d. Rural Advertising
- e. Global Brand Manager

[Time: 2½ hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. सर्व प्रश्न सोडवण्याचा प्रयत्न करा
 2. उजवीकडील अंक गुण दर्शवतात
 3. जेथे लागू असेल तेथे योग्य आकृती आणि उदाहरणांसह तुमची उत्तरे स्पष्ट करा

Q1. (a) खालील संकल्पना स्पष्ट करा:-

1. विनाअनुदानित जागृती
2. ब्रँड असोसिएशन
3. कम्पोजिट को ब्रँडिंग
4. रेंज ब्रँड
5. कॉर्पोरेट प्रतिमा
6. सेवा ब्रँड

(6)

(b) तिबेटी आणि चायनीज क्विक-सर्व्हिस रेस्टॉरंट (QSR) चेन वॉव मोमोने आपल्या फ्रोजन मोमोसह FMCG वस्तूंच्या क्षेत्रात प्रवेश केला आहे. सुरुवातीला गोठवलेले मोमो बिग बास्केटद्वारे भारतातील 10 प्रमुख शहरांमध्ये उपलब्ध होतील वरील माहितीच्या आधारे पुढील उत्तरे द्या.

(3)

1. तुम्ही कोणती लाईन एक्सटेंशन स्ट्रॅटेजी सुचवाल? स्पष्ट करा. (3)
2. ब्रँड पर्सनॅलिटी स्केल च्या आधारे सध्याची ब्रँड पर्सनॅलिटी स्पष्ट करा! (3)
3. ब्रँड पर्सनॅलिटीवर आधारित प्रतिमादूत म्हणून तुम्हाला कोणाचा वापर करायला आवडेल आणि का? (3)

Q2.

- a. चार ब्रँड आयडेंटिटी पर्स्पेक्टिव्ह काय आहेत? (8)
 - b. विविध प्रकारच्या ब्रँड-लिव्हरेजिंग स्ट्रॅटेजीज सांगा आणि थोडक्यात स्पष्ट करा? (7)
- किंवा**
- c. ब्रँड रिव्हाईटलायजेशन करणे म्हणजे काय? रिव्हाईटलायजेशन करण्याचे मार्ग उदाहरणासह स्पष्ट करा. (8)
 - d. यशस्वी रिटेल ब्रँडिंगसाठी वापरल्या जाणाऱ्या विविध पद्धतींचे वर्णन करा. (7)

Q3.

- a. मजबूत ब्रँड प्रतिमा तयार करण्याचे विविध फायदे सांगा? (8)
- b. ब्रँड बिल्डिंगसाठी CSR उपक्रम कसे वापरता येतील? (7)

किंवा

- c. ब्रँडच्या वाढीचे आणि परिपक्वतेचे विविध टप्पे योग्य उदाहरणासह स्पष्ट करा (8)
- d. ब्रँड बिल्डिंग इम्पोर्टिव्ह काय आहेत? (7)

Q4.

- a. पॉवर ग्रिडसह ब्रँड एसेट व्हॅल्युएटर (बीएव्ही) स्पष्ट करा. (15)
- किंवा
- b. ब्रँड बिल्डिंग ब्लॉक्स स्पष्ट करा. (8)
- c. कॉर्पोरेट जाहिरातींवर एक टीप लिहा (7)

Q5.

- a. लहान नोट्स लिहा (कोणत्याही तीन) (15)
- a. ब्रँड v/s उत्पादन
- b. सेवा ब्रँड
- c. ब्रँड लॉयल्टी पिरेमिड
- d. ग्रामीण जाहिरात
- e. जागतिक ब्रँड व्यवस्थापक

Duration: 2.5 Hours

[Total Marks: 75]

- NB: 1. Read the questions carefully before answering**
2. Figures to the right indicate the full marks
3. Give example when necessary

Q1. CASE STUDY: Multimedia Campaign **15**

A. Having been in the Indian market for some time now, Nestle India plans to make a vegan edition of Kitkat. With plant-based products becoming a norm for many brands and product categories, Kitkat plans to enter the vegan chocolate market in India with a bang! The campaign focuses on benefits of plant based products and the fact that your favourite KitKat will retain the same classic taste.

1. Prepare a creative brief for making an impact on the target audience **4**
2. Suggest an appropriate message strategy **2**
3. Create a print advertisement based on the creative brief (One advertisement). **4**
4. Prepare a 30 sec story board for Television commercial based on the creative brief. **5**

OR

B. What started as an on-demand food delivery platform in India in 2014, Swiggy is well on its way to becoming the preferred urban dweller's choice for comprehensive on-demand delivery with Swiggy Instamart. The brand plans to make itself the one-stop-shop for gifting options on festive occasions.

Gifting thus being the main theme of the campaign. **15**

1. Prepare a creative brief for making an impact on the target audience. **4**
2. Suggest an appropriate message strategy **2**
3. Create a print advertisement based on the creative brief (One advertisement) **4**
4. Prepare a 30 sec story board for Television commercial based on the creative brief. **5**

Q2. Answer the following:

- A) What is Trans creativity? Explain with examples **8**
B) Write a Direct Mailer announcing Burger King's new menu for kids. **7**

OR

- C) What are the responsibilities of a good copywriter? **8**
D) Create a radio spot for Cadbury's Dairy Milk Silk Oreo edition. **7**

Q3. Answer the following:

- A) Short note on the BIG IDEA. Give examples. **8**
B) Discuss Idea Generation Techniques. **7**

OR

- C) What is Creativity and what are the various stages of the creative process? **8**
D) Prepare an Outdoor poster for Boat's newest Airpods. **7**

Q4. Answer the following:

- A) Discuss Writing for Youth Vs Writing for Senior Citizens **8**
B) Explain the guidelines for writing television copy **7**

OR

- C) Evaluate the copywriting style of any one advertising campaign by an ad agency for its clients **8**
D) Draft an email promoting new holiday packages by Yatra.com for Diwali **7**

Q5. Write short notes on ANY THREE of the following: **15**

- A) Write a classified ad for a new resort opening in Goa.
B) Discuss an ad keeping in mind Humour appeal
C) What is an infomercial?
D) What is "Slice of Life" concept in ads? Give an example.
E) Discuss Slogans and their importance, with an example.

वेळ: २:३० तास

गुण: ७५

Q1.A केस स्टडी: मल्टीमीडिया मोहीम

15

भारतीय बाजारपेठेत गेल्या काही काळापासून, नेस्ले इंडियाने किटकॅटची शाकाहारी आवृत्ती बनवण्याची योजना आखली आहे. वनस्पती-आधारित उत्पादने अनेक ब्रँड आणि उत्पादन श्रेणींसाठी एक आदर्श बनत असताना, किटकॅटने भारतातील शाकाहारी चॉकलेट मार्केटमध्ये धमाकेदार प्रवेश करण्याची योजना आखली आहे! मोहिमेमध्ये वनस्पती आधारित उत्पादनांच्या फायद्यांवर आणि तुमच्या आवडत्या किटकॅटमध्ये तीच क्लासिक चव कायम राहिल यावर लक्ष केंद्रित केले आहे.

1. लक्षित प्रेक्षकांवर प्रभाव टाकण्यासाठी एक सर्जनशील संक्षिप्त/ क्रिएटिव्ह ब्रीफ तयार करा 4
2. योग्य संदेश धोरण सुचवा 2
3. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित प्रिंट जाहिरात तयार करा (एक जाहिरात). 4
4. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित टेलिव्हिजन कमर्शियलसाठी 30 सेकंदांचा स्टोरी बोर्ड तयार करा. 5

किंवा

B. 2014 मध्ये भारतात मागणीनुसार फूड डिलिव्हरी प्लॅटफॉर्म म्हणून सुरु झालेल्या, Swiggy शहरी भागातील ग्राहकांच्या पसंतीस उतरला आहे. आता Swigg Instamart सह सणासुदीच्या प्रसंगी भेटवस्तू देण्याचे पर्याय म्हणून वन-स्टॉप-शॉप बनवण्याची ब्रँडची योजना आहे. अशा प्रकारे भेटवस्तू देणे ही मोहिमेची मुख्य थीम आहे. 15

1. लक्षित प्रेक्षकांवर प्रभाव पाडण्यासाठी एक सर्जनशील संक्षिप्त/ क्रिएटिव्ह ब्रीफ तयार करा. 4
2. योग्य संदेश धोरण सुचवा 2
3. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित प्रिंट जाहिरात तयार करा (एक जाहिरात) 4
4. क्रिएटिव्ह ब्रीफवर आधारित टेलिव्हिजन कमर्शियलसाठी 30 सेकंदांचा स्टोरी बोर्ड तयार करा. 5

Q2. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या:

- अ) ट्रान्स क्रिएटिव्हिटी म्हणजे काय? उदाहरणांसह स्पष्ट करा 8
- ब) मुलांसाठी बर्गर किंगच्या नवीन मेनूची घोषणा करणारा डायरेक्ट मेलर लिहा. 7

किंवा

- क) चांगल्या कॉपीरायटरच्या जबाबदाऱ्या काय आहेत? 8
- ड) कॅडबरीच्या डेअरी मिल्क सिल्क ओरिओ एडिशनसाठी रेडिओ स्पॉट तयार करा. 7

Q3. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या:

- A) BIG IDEA वर छोटी टीप लिहा आणि योग्य उदाहरणे द्या. 8
- ब) आयडिया निर्मिती तंत्रांची चर्चा करा. 7

किंवा

- क) सर्जनशीलता म्हणजे काय आणि सर्जनशील प्रक्रियेचे विविध टप्पे कोणते? 8
- ड) बोटच्या (Boat) नवीन एअरपॉइससाठी आउटडोअर पोस्टर तयार करा. 7

Q4. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या:

- अ) तरुणांसाठी प्रतिलिपी लेखन विरुद्ध ज्येष्ठ नागरिकांसाठी प्रतिलिपी लेखन यावर चर्चा करा 8
- ब) टेलिव्हिजन कॉपी लिहिण्यासाठी मार्गदर्शक तत्त्वे स्पष्ट करा 7

किंवा

- C) जाहिरात एजन्सीद्वारे त्यांच्या क्लायंटसाठी कोणत्याही एका जाहिरात मोहिमेच्या कॉपीरायटिंग शैलीचे मूल्यांकन करा 8
- ड) दिवाळीसाठी Yatra.com द्वारे नवीन हॉलिडे पॅकेजचा प्रचार करणारा ईमेल मसुदा तयार करा 7

Q5. खालीलपैकी कोणत्याही तीनवर लहान नोट्स लिहा: 15

- अ) गोव्यात नवीन रिसॉर्ट उघडण्यासाठी वर्गीकृत जाहिरात लिहा.
- ब) विनोदाचे अपील लक्षात घेऊन जाहिरातीची चर्चा करा
- क) इन्फोमेशियल म्हणजे काय?
- ड) जाहिरातींमध्ये “स्लाइस ऑफ लाइफ” ही संकल्पना काय आहे? उदाहरण द्या.
- ई) उदाहरणासह स्लोगन आणि त्यांचे महत्त्व चर्चा करा.

Duration: 2 & ½ hours

Total marks: 75

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

Q1. A. Write a script for a historical documentary (Target audience: Secondary school children) and mention in the concept note the research modes and pre-production details (15)

OR

Q1. B. Which documentaries have made a lasting impact on you? Mention the learnings of any two documentaries from the genre **Social Issues** that you have recently watched. (15)

Q2. A. Why is research important in a Documentary? What are the various ways to get authentic research done? (8)

Q2. B. Explain in detail the challenges faced when shooting a Documentary Film. How can one overcome it? (7)

OR

Q2. C. Why and how are subtitles/closed captions necessary to reach out to a diverse audience? Give suitable examples to illustrate (8)

Q2. D. Without a script, one is unable to visualize any film. Justify the statement. (7)

Q3. A. How does location matter for a film? What is better - a natural location or a constructed set? Justify your answer (8)

Q3. B. Describe your thoughts on the use of interviews in documentaries. What points should you keep in mind while selecting the interviewees as well as asking questions?(7)

OR

Q3. C. What is Music Foley? How does voice-over and sound manipulation help in a Documentary or an Ad Film? (8)

Q3. D. Which are the various softwares used for editing. Mention your preferred ones with their key features. (7)

Q4. A. Mention the steps to come up with a 'Selling Concept'? (8)

Q4.B. Improper Budgeting can lead to a disastrous Advertisement. Do you agree or disagree?

Justify your stand. (7)

OR

Q4. C. Prepare a storyboard sample for 30-second TV Advertisement of Heat and Eat Upma.

What is the importance of a good pitch for Agency/Client approval? (15)

Q.5 Write Short Notes: (Any 3) (15)

- A. Investigative Documentaries
- B. Importance of Commentary in a Documentary
- C. Making final master & telecast copy
- D. Synopsis
- E. Post-Production for AD Film

वेळ : २:३०

एकूण गुण: ७५

एन.बी. 1. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत

2. उजवीकडील आकृत्या गुण दर्शवतात

Q1. A. ऐतिहासिक माहितीपटासाठी स्क्रिप्ट लिहा (लक्ष्य प्रेक्षक: माध्यमिक शाळेतील मुले) आणि संकल्पनेत नमूद करा संशोधन पद्धती आणि पूर्व-उत्पादन तपशील (१५)

किंवा

Q1. B. कोणत्या माहितीपटांचा तुमच्यावर कायमचा प्रभाव पडला आहे? तुम्ही अलीकडे पाहिलेल्या सोशल इश्यूज प्रकारातील कोणत्याही दोन माहितीपटांच्या शिकण्यांचा उल्लेख करा. (१५)

Q2. A. माहितीपटात संशोधन महत्त्वाचे का आहे? अस्सल संशोधन करण्याचे विविध मार्ग कोणते आहेत? (८)

Q2. B. डॉक्युमेंटरी फिल्म शूट करताना येणाऱ्या आव्हानांचे तपशीलवार वर्णन करा. त्यावर मात कशी करता येईल? (७)

किंवा

Q2. C. विविध प्रेक्षकांपर्यंत पोहोचण्यासाठी उपशीर्षके का आणि कशी आवश्यक आहेत? स्पष्ट करण्यासाठी योग्य उदाहरणे द्या (८)

Q2. D. स्क्रिप्टशिवाय कोणत्याही चित्रपटाची कल्पना करता येत नाही. विधानाचे समर्थन करा. (७)

Q3. A. चित्रपटासाठी लोकेशन कसे महत्त्वाचे असते? काय चांगले आहे - नैसर्गिक स्थान किंवा बांधलेला संच? तुमच्या उत्तराचे समर्थन करा (८)

Q3. B. माहितीपटांमध्ये मुलाखतींच्या वापराबाबत तुमचे विचार वर्णन करा. मुलाखत घेणाऱ्यांची निवड करताना तसेच प्रश्न विचारताना हॅट पॉइंट्स लक्षात ठेवावेत? (७)

किंवा

Q3. C. म्युझिक फॉली म्हणजे काय? डॉक्युमेंटरी किंवा अँड फिल्ममध्ये व्हॉइस-ओव्हर आणि आवाज हाताळणी कशी मदत करते? (८)

Q3. D. संपादनासाठी वापरलेली विविध सॉफ्टवेअर्स कोणती आहेत. आपल्या पसंतीचे त्यांच्या प्रमुख वैशिष्ट्यांसह उल्लेख करा. (७)

Q4. A. 'सेलिंग कन्सेप्ट' आणण्यासाठीच्या पायऱ्या सांगा? (८)

Q4.B. अयोग्य बजेटमुळे विनाशकारी जाहिरात होऊ शकते. तुम्ही सहमत आहात की असहमत? आपल्या भूमिकेचे समर्थन करा. (७)

किंवा

Q4. C. हीट अँड इट उपमाच्या ३० सेकंदांच्या टीव्ही जाहिरातीसाठी स्टोरीबोर्ड नमुना तयार करा. एजन्सी/क्लायंटच्या मंजूरीसाठी चांगल्या खेळपट्टीचे महत्त्व काय आहे? (१५)

प्र.५ लहान टिपा लिहा: (कोणतीही ३) (१५)

- A. अन्वेषणात्मक माहितीपट
- B. माहितीपटात समालोचनाचे महत्त्व
- C. अंतिम मास्टर आणि टेलिकास्ट कॉपी बनवणे
- D. सारांश
- ई. Ad फिल्मसाठी पोस्ट-प्रोडक्शन

TIME: - 2½ Hours

Marks:-75

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

- Q.1. Garmin company wants to expand its operations of business across India .They are offering Sport Watches and sport gadgets. They are also promoting sport experiences in various Running expos. **15**
As a Social Media Marketing agency, suggest a launch campaign for Garmin. The Social Media Marketing plan is for a period of 30 days for the first phase.
- Answer all the following questions based on information given.
- 1) Which three Social Media platforms would you suggest for Garmin company campaign and why? **04**
2) State the objectives of the Campaign? **04**
3) Create a one week of Social Media Calendar for the campaign. **04**
4) Suggest measures of the Garmin Campaign strategy for marketing via Instagram. **03**
- Q.2. a) What is E-marketing? Explain briefly how the arrival of E-marketing changed the Landscape of marketing. **8**
b) Discuss the behavioral internet (B2C, B2B, C2C and C2B). **7**
(OR)
c) State the types of Internet marketing. **8**
d) Explain E-marketing in context to Online Advertising. **7**
- Q.3. a) Careers in field of Social Media Marketing. Discuss. **8**
b) Explain briefly the characteristics of Social Media Marketing. **7**
(OR)
c) Briefly discuss Creating Content for various Social Media Marketing platforms. **8**
d) State the myths about Social Media Marketing. **7**
- Q.4. a) Explain the Social Media Marketing Cycle. **8**
b) What is sentiment analysis? State its significance. **7**
(OR)
c) Discuss the 8 C's of strategy development. **8**
d) Usage of blogs by companies for effective campaign management. Explain. **7**
- Q.5. Write a short note on **any three** out of five: **15**
a) Social Media Marketing Engagement
b) Hashtag
c) Keywords
d) Ethics in Social Media Marketing
e) Mobile Marketing

2½ तास

गुण ७५

सुचना:- १) सर्व प्रश्न हे अंतर्गत निवडीच्या अधीन राहून अनिवार्य आहेत.

२) उजवीकडील आकडे पूर्ण गुण दर्शवतात.

- प्र.१.** गार्मिन कंपनीला भारतभर आपल्या व्यवसायाचा विस्तार करायचा आहे .ते स्पोर्ट वॉचेस आणि स्पोर्ट गॅजेट्स ऑफर करत आहेत. ते विविध रनिंग एक्सपोजमध्ये खेळाच्या अनुभवांना प्रोत्साहन देत आहेत. (१५)
- सोशल मीडिया मार्केटिंग एजन्सी म्हणून, गार्मिनसाठी लॉन्च मोहीम सुचवा. सोशल मीडिया मार्केटिंग योजना पहिल्या टप्प्यासाठी 30 दिवसांच्या कालावधीसाठी आहे.
- दिलेल्या माहितीच्या आधारे खालील सर्व प्रश्नांची उत्तरे द्या.**
- १) गार्मिन कंपनीच्या मोहिमेसाठी तुम्ही कोणते तीन सोशल मीडिया प्लॅटफॉर्म सुचवाल आणि का? ०४
- २) मोहिमेची उद्दिष्टे सांगा? ०४
- ३) मोहिमेसाठी एका आठवड्याचे सोशल मीडिया कॅलेंडर तयार करा. ०४
- ४) इन्स्टाग्रामद्वारे मार्केटिंगसाठी गार्मिन मोहिमेचे उपाय सुचवा. ०३
- प्र.२** अ) ई-मार्केटिंग म्हणजे काय? ई-मार्केटिंगच्या आगमनाने मार्केटिंगचे लँडस्केप कसे बदलले ते थोडक्यात स्पष्ट करा. ०८
- ब) वर्तनात्मक इंटरनेट (बीटूसी, बीटूबी, सीटूसी आणि सीटूबी) वर चर्चा करा. ०८
- किंवा** ०७
- क) इंटरनेट मार्केटिंगचे प्रकार सांगा. ०८
- ड) ऑनलाइन जाहिरातीच्या संदर्भात ई-मार्केटिंग स्पष्ट करा. ०७
- प्र.३** अ) सोशल मीडिया मार्केटिंग क्षेत्रातील करिअर बदल चर्चा करा. ०८
- ब) सोशल मीडिया मार्केटिंगची वैशिष्ट्ये थोडक्यात सांगा. ०७
- किंवा** ०८
- क) विविध सोशल मीडिया मार्केटिंग प्लॅटफॉर्मसाठी कन्टेन्ट बनवण्याविषयीची माहिती थोडक्यात लिहा. ०७
- ड) सोशल मीडिया मार्केटिंग बदलचे मिथक सांगा. ०७
- प्र.४** अ) सोशल मीडिया मार्केटिंग सायकल स्पष्ट करा. ०८
- ब) भावनांचे विश्लेषण (सेंटीमेंट ऍनॅलिसिस) म्हणजे काय? त्याचे महत्त्व सांगा. ०७
- किंवा** ०८
- क) रणनीती विकासाच्या '८ सी' ची चर्चा करा. ०८
- ड) प्रभावी मोहीम व्यवस्थापनासाठी कंपन्यांद्वारे ब्लॉगचा वापर. स्पष्ट करणे. ०७
- प्र.५** पाचपैकी कोणत्याही तीनवर टीपा लिहा: १५
- अ) सोशल मीडिया मार्केटिंग प्रतिबद्धता
- ब) हॅशटॅग
- क) कीवर्ड
- ड) सोशल मीडिया मार्केटिंगमधील नैतिकता
- इ) मोबाईल मार्केटिंग