Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

PE1100

[Total No. of Pages : 4

[6525]-525

T.Y.B.Com.

356 (H) : MARKETING MANAGEMENT - III

(CBCS 2019 Pattern) (Semester-V) (Special Paper-III)

Time : 2½ Hours] *[Max. Marks : 50*

Instructions to the candidates:

1) ***All questions are compulsory.***
2) ***Figures to the right indicate full marks.***

Q1) A) Fill in the blanks (Attempt any 5 out of 6) : **[5]**

i) The act of recognizing, remembering and acting on something is _____.
   a) Advertising b) Sales Promotion
   c) Salesmanship d) Publicity

ii) Consumers are more alert and aware about _____ durable goods.
   a) Transient b) Short Term
   c) Long Term d) Micro- Term

iii) When the advertising message emphasizes the comparison of the product we advertise with other products of the same type, it is called _____.
   a) Customer Oriented Appeals
   b) Feature-Oriented Appeals
   c) Utility Oriented Appeals
   d) Product Comparison Appeals

iv) _____ means the dominance of a particular producer or seller over the entire market.
   a) Decentralization b) Market Strategy
   c) Monopoly d) Dictatorship

v) Marketing point of view _____ means the incorporation of a letter, word, name, symbol or device.
   a) Marketing Mix b) Advertising
   c) Branding d) Production

vi) _____ is the first step in the brand management process.
   a) Market Selection
   b) Brand Images
   c) Measurement of Presentation
   d) Brand Value Determination

P.T.O.

SPPUQuestionPapers.com

B) Match the following. **[5]**

	Group A		Group B
i)	Direct Advertising	a)	Love, Intimacy, Convenience and Habits
ii)	E-Advertising	b)	Regulation and Control of Advertising
iii)	Emotional Goods Purchase Motivation	c)	Production of New Goods
iv)	Advertising Standards Council of India	d)	Direct Consumer through Producer
v)	Product Extensions	e)	Pop-up Advertising

Q2) Write short notes on (Any Two) **[10]**

a) Advantages of advertising

b) Advertising messages

c) Legal aspects of advertising

d) Branding management process

Q3) a) What is Advertisement? Explain the objectives of the advertisement. **[8]**

b) Explain the direct and indirect appeals in advertisement. **[7]**

Q4) a) Explain the various financial aspects of advertisement. **[8]**

b) What is Branding? Explain the identity of branding and its sources. **[7]**

ⓘⓘⓘⓘ

SPPUQuestionPapers.com

Total No. of Questions : 4]

PE1100

[6525]-525

T.Y.B.Com.

356 (H) : MARKETING MANAGEMENT - III

(CBCS 2019 Pattern) (Semester-V) (Special Paper-III)

(मराठी रूपांतर)

वेळ : *2½* तास*]* *[*एकूण गुण : *50*

सूचना :– *1)* सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहेत.

2) उजवीकडील अंक प्रश्नांचे पूर्ण गुण दर्शवितात.

3) संदर्भासाठी मूळ इंग्रजी प्रश्नपत्रिका पहावी.

प्र.1) अ) रिकाम्या जागा भरा. (कोणतेही पाच) **[5]**

i) एखादी गोष्ट ओळखण्यास, स्मरणात ठेवण्यास व कृती करण्यास लावणारी क्रिया म्हणजे ..... होय.

अ) जाहिरात ब) विक्रयवृद्धी

क) विक्रयकला ड) प्रसिद्धी

ii) ..... टिकणाऱ्या वस्तूंबाबत ग्राहक अधिक सतर्क व जागरूक असतात.

अ) क्षणिक ब) अल्पकाळ

क) दीर्घकाळ ड) सूक्ष्मकाळ

iii) जेव्हा जाहिरातीच्या संदेशामध्ये आपण जाहिरात केलेली वस्तू आणि त्याच प्रकारच्या इतर वस्तूच्या तुलनेवर जोर देण्यात आलेला असतो तेव्हा त्यास ..... असे म्हणतात.

अ) ग्राहकाभिमुख आवाहने ब) वैशिष्ट्याभिमुख आवाहने

क) उपयुक्तता आवाहने ड) वस्तू तुलना आवाहने

iv) ..... म्हणजे संपूर्ण बाजारपेठेवर एखाद्या विशिष्ट उत्पादकाचे किंवा विक्रेत्याचे वर्चस्व निर्माण करणे होय.

अ) विकेंद्रीकरण ब) बाजारपेठ व्यूहरचना

क) मक्तेदारी ड) हुकुमशाही

v) विपणनदृष्ट्या ..... म्हणजे एखादे अक्षर, शब्द, नाव, प्रतिक किंवा साधन यांचे एकत्रीकरण करणे होय.

अ) विपणन मिश्र ब) जाहिरात

क) चिन्हांकन ड) उत्पादन

vi) ब्रँड व्यवस्थापन प्रक्रियेतील ..... हा पहिला टप्पा आहे.

अ) बाजारपेठ निवड ब) ब्रँड चित्रे

क) सादरीकरणाचे मोजमाप ड) ब्रँड मूल्य निश्चितता

SPPUQuestionPapers.com

ब) जोड्या जुळवा. **[5]**

गट–अ		गट–ब	
i)	प्रत्यक्ष जाहिरात	अ)	प्रेम, जिव्हाळा, सुविधा व सवयी
ii)	ई – जाहिरात	ब)	जाहिरातीचे नियमन व नियंत्रण
iii)	भावनात्मक वस्तू खरेदी प्रेरणा	क)	नवीन वस्तूचे उत्पादन
iv)	भारतीय जाहिरात मानक परिषद	ड)	उत्पादकामार्फत थेट ग्राहक
v)	वस्तू विस्तार	इ)	पॉप–अप जाहिराती

प्र.2) टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन) **[10]**

अ) जाहिरातीचे फायदे

ब) जाहिरात संदेश

क) जाहिरातीचे कायदेशीर पैलू

ड) चिन्हांकन व्यवस्थापन प्रक्रिया

प्र.3) अ) जाहिरात म्हणजे काय? जाहिरातीची उद्दिष्टे स्पष्ट करा. **[8]**

ब) जाहिरातीमधील प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष आवाहने स्पष्ट करा. **[7]**

प्र.4) अ) जाहिरातीचे विविध आर्थिक पैलू सविस्तर स्पष्ट करा. **[8]**

ब) चिन्हांकन म्हणजे काय? चिन्हांकनाची ओळख व त्याचे स्त्रोत स्पष्ट करा. **[7]**

ⓘⓘⓘⓘ

SPPUQuestionPapers.com