

Total No. of Questions : 4]

SEAT No. :

PC1060

[Total No. of Pages : 4

[6315]-325

T.Y.B.Com.

356H : MARKETING MANAGEMENT - III
(2019 Pattern) (Semester - V)

Time : 2½ Hours]

[Max. Marks : 50

Instructions to the candidates:

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

Q1) A) Multiple choice questions (Attempt any 5 out of 6) [5]

- i) Information about various substitute goods is obtained by _____
 - a) Publicity
 - b) Advertising
 - c) Public Relations
 - d) Sales Promotion
- ii) Promotion of goods and services through electronic and digital media means _____
 - a) Advertising
 - b) E- Advertising
 - c) E- Publicity
 - d) E- Commerce
- iii) The motivation that leads consumers to purchase goods and services is called _____
 - a) Sales Motivation
 - b) Consumption Motivation
 - c) Purchase Motivation
 - d) Product Motivation
- iv) _____ Advertising increases the demand for goods in large quantities.
 - a) Long Term
 - b) Short Term
 - c) Online
 - d) Direct
- v) _____ means the dominance of a particular producer or seller over the entire market.
 - a) Decentralization
 - b) Market Strategy
 - c) Monopoly
 - d) Dictatorship

P.T.O.

- vi) Warranty given by the manufacturing organization about the brand of the product means _____
- Brand Promise
 - Brand Name
 - Brand Identity
 - Brand Awareness

B) Match the following. [5]

- | Group-A | Group-B |
|---|--|
| i) Advertisement | a) Broadcast Media |
| ii) Radio | b) Appearance, Reputation and Standard of Living |
| iii) Emotional Motivational Purchase Motivational | c) Protection of Consumer Interest and Rights |
| iv) Consumer Protection | d) Intellectual Property Protecting Brands |
| v) Trademarks | e) Art of Creating Demand for Goods and Services |

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

- Role of advertisement in modern business.
- Positive affective approach in advertising.
- Advertising Standards Council of India.
- Challenges regarding new branding.

Q3) a) What is Advertising Media? Explain the characteristics of advertising media by classifying them. [8]

b) Explain the relationship between advertising appeals and purchase motivation. [7]

Q4) a) What is Branding? Explain the features of branding. [8]

b) Explain various social aspects of advertisement in detail. [7]



Total No. of Questions : 4]

PC1060

[6315]-325

T.Y.B.Com.

356H : MARKETING MANAGEMENT - III

(2019 Pattern) (Semester - V)

(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) बहुपर्यायी प्रश्न. (कोणत्याही पाच)

[5]

- i) विविध पर्यायी वस्तूविषयी माहिती मुळे प्राप्त होते.
 - अ) प्रसिध्दी
 - ब) जाहिरात
 - क) जनसंपर्क
 - ड) विक्रयवृद्धी
- ii) इलेक्ट्रॉनिक व डिजिटल माध्यमांच्या सहाय्याने वस्तू व सेवांची जाहिरातीद्वारे करून दिलेली ओळख म्हणजे होय.
 - अ) जाहिरात
 - ब) ई - जाहिरात
 - क) ई - प्रसिध्दी
 - ड) ई - कॉमर्स
- iii) ज्या प्रेरणेमुळे ग्राहक वस्तू व सेवा खरेदी करण्यास प्रवृत्त होतात त्याला असे म्हणतात.
 - अ) विक्री प्रेरणा
 - ब) उपभोग प्रेरणा
 - क) खरेदी प्रेरणा
 - ड) वस्तू प्रेरणा
- iv) जाहिरातीमुळे वस्तूंना मोठ्या प्रमाणात मागणी वाढते.
 - अ) दीर्घकाल
 - ब) अल्पकाल
 - क) ऑनलाइन
 - ड) प्रत्यक्ष

- v) म्हणजे संपूर्ण बाजारपेठेवर एखाद्या विशिष्ट उत्पादकाचे किंवा विक्रेत्याचे वर्चस्व निर्माण करणे होय.
 अ) विकेंद्रीकरण
 ब) बाजारपेठ व्यूहरचना
 क) मत्तेदारी
 ड) हुकुमशाही
- vi) उत्पादन संस्थेद्वारे वस्तूच्या ब्रँडविषयी दिलेली हमी म्हणजे होय.
 अ) ब्रँड वचन
 ब) ब्रँड नाव
 क) ब्रँड ओळख
 ड) ब्रँड जागरूकता

ब) जोड्या जुळवा.

[5]

गट-अ

गट-ब

- | | |
|---|--|
| i) जाहिरात | अ) प्रसारण माध्यम |
| ii) आकाशवाणी | ब) वस्तूचे बाह्यरूप, प्रतिष्ठा व राहणीमान |
| iii) भावनात्मक प्रोस्ताहनपर खरेदी प्रेरणा | क) ग्राहकांच्या हिताचे व हक्कांचे संरक्षण |
| iv) ग्राहक संरक्षण | ड) ब्रँडचे संरक्षण करणारी बौद्धिक संपदा |
| v) ट्रेडमार्क | इ) वस्तू व सेवेसाठी मागणी निर्माण करण्याची कला |

प्र.2) टिपा लिहा. (कोणत्याही दोन)

[10]

- अ) आधुनिक व्यवसायात जाहिरातीची भूमिका
 ब) जाहिरातीतील सकारात्मक भावनिक दृष्टीकोन
 क) भारतीय जाहिरात मानक परिषद
 ड) नवीन चिन्हांकनाबाबत आव्हाने

प्र.3) अ) जाहिरात माध्यमे म्हणजे काय? जाहिरात माध्यमांचे वर्गीकरण करून वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

[8]

ब) जाहिरात आवाहने आणि खरेदी प्रेरणा यातील संबंध स्पष्ट करा.

[7]

प्र.4 अ) चिन्हांकन म्हणजे काय? चिन्हांकनाची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

[8]

ब) जाहिरातीचे विविध सामाजिक पैलू सविस्तर स्पष्ट करा.

[7]

