

B.Com. (C.B.C.S. Pattern) Sem-III  
**UCA3EM3 - Marketing Management (Advertising Management)**

P. Pages : 3



Time : Three Hours

**GUG/S/19/10670**

Max. Marks : 80

- 
- Notes : 1. All questions are compulsory.  
2. All questions carry equal marks.

- 1.** a) Explain the role of Advertisement in marketing mix. **8**  
b) Explain the functions of Advertising. **8**

**OR**

- c) State the various types of Advertising. **16**  
**2.** a) State the Advertising Budget. **8**  
b) Explain the different methods of Advertising Budget. **8**

**OR**

- c) What is mean by Advertising Planning. Explain its process. **16**  
**3.** a) Explain the different types of Advertising media. **8**  
b) Write the merits & demerits of Advertising media. **8**

**OR**

- c) Explain the planning & role of Advertising media. **16**  
**4.** a) What is mean by Advertising Research. **8**  
b) State the different methods of Advertising Research. **8**

**OR**

- c) State the Parameter of measuring Advertising Effectiveness. **16**  
**5.** Write short notes.  
a) Ethical Aspects of Advertising. **4**  
b) DAGMAR Approach. **4**  
c) Advertising decisions. **4**  
d) Internet Advertising. **4**

\*\*\*\*\*

B.Com. (C.B.C.S. Pattern) Sem-III  
**UCA3EM3 - Marketing Management (Advertising Management)**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

- सूचना :- 1. सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे.  
2. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

1. अ) विपणन मिश्रणात जाहिरातीची भूमिका स्पष्ट करा. 8

- ब) जाहिरातीची कार्य सविस्तर सांगा. 8

**किंवा**

- क) जाहिरातीचे विविध प्रकार विशद करा. 16

2. अ) जाहिरातीचे अंदाजपत्रक विशद करा. 8

- ब) जाहिरात अंदाजपत्रकाच्या विविध पद्धतीचे स्पष्टीकरण करा. 8

**किंवा**

- क) जाहिरातीचे नियोजन म्हणजे काय? तीची प्रक्रिया स्पष्ट करा. 16

3. अ) जाहिरात माध्यमाचे विविध प्रकार सविस्तर सांगा. 8

- ब) जाहिरात माध्यमाचे गुण-दोष लिहा. 8

**किंवा**

- क) जाहिरात माध्यमाचे नियोजन व भूमिका स्पष्ट करा. 16

4. अ) जाहिरात संशोधन म्हणजे काय? 8

- ब) जाहिरात संशोधनाच्या विविध पद्धती विशद करा. 8

**किंवा**

- क) जाहिरातीची प्रभावशीलता मापनाचा मापदंड विशद करा. 16

5. टिपा लिहा

- अ) जाहिरातीचा भैतिक आयाम. 4

- ब) DAGMAR Approach (दृष्टीकोन). 4

- क) जाहिरातीचा निर्णय. 4

- ड) आंतरजाळ (Internet) जाहिरात. 4

\*\*\*\*\*

**B.Com. (C.B.C.S. Pattern) Sem-III**  
**UCA3EM3 - Marketing Management (Advertising Management)**

Time : Three Hours

Max. Marks : 80

- सूचनाएँ :-
1. सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।
  2. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. अ) विपणन मिश्र में विज्ञापन की भूमिका स्पष्ट किजिये। 8
- ब) विज्ञापन के कार्य सविस्तर बताइये। 8

**अथवा**

- क) विज्ञापन के विभिन्न प्रकार विशद किजिये। 16
2. अ) विज्ञापन का अंदाजपत्रक विशद किजिये। 8
- ब) विज्ञापन अंदाजपत्रक के विभिन्न पद्धतीओं का स्पष्टीकरण किजिये। 8

**अथवा**

- क) विज्ञापन नियोजन से क्या तात्पर्य है? उसकी प्रक्रिया स्पष्ट किजिये। 16
3. अ) विज्ञापन माध्यम के विभिन्न प्रकार सविस्तर बताइये। 8
- ब) विज्ञापन माध्यम के गुण-दोष बताइये। 8

**अथवा**

- क) विज्ञापन माध्यम का नियोजन एवं उसकी भूमिका स्पष्ट किजिये। 16
4. अ) विज्ञापन संशोधन से क्या तात्पर्य है। 8
- ब) विज्ञापन संशोधन की विभिन्न पद्धतीयाँ विशद किजिये। 8

**अथवा**

- क) विज्ञापन की प्रभावशीलता मापन का मापदंड (Parameter) विशद किजिये। 16
5. टिप्पणी लिखीये।
- अ) विज्ञापन का नैतिक आयाम। 4
- ब) DAGMAR Approach (दृष्टिकोन) 4
- क) विज्ञापन निर्णय। 4
- ड) आंतरजाल (Internet) विज्ञापन। 4

\*\*\*\*\*

