

Master of Journalism & Mass Communication (M.J.M.C.) Semester-II Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND COPY WRITING

Paper—I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 100

Note :—(1) Attempt any **FIVE** questions.

(2) All questions carry equal marks.

1. Expound the co-relation between client and advertising agency.
2. How to chalk out Brand strategy ? Discuss.
3. Write an essay on 'Consumer Behaviour'.
4. What do you mean by media strategy ? Write in detail.
5. Narrate the objectives of sales promotion with examples.
6. What are the tools for sales promotion ? Discuss with examples.
7. How advertising works ? Elucidate in detail.
8. Expound the importance of copywriter in advertising.
9. Compare Print advertising and Radio advertising.
10. Write short answer on any **TWO** of the following :
 - (A) Marketing Forces
 - (B) Humour Copy
 - (C) Brand Equity
 - (D) Audience.

Master of Journalism & Mass Communication (M.J.M.C.) Semester-II Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND COPY WRITING

Paper—I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 100

(मराठी माध्यम)

सूचना :—(1) कोणतेही पाच प्रश्न सोडवा.

(2) सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत.

1. ग्राहक आणि जाहिरात संस्था यांच्यातील सहसंबंध विशद करा.
2. ब्रॅन्ड विपणक धोरण कसे निर्धारित केले जाताने ? चर्चा करा.
3. निबंध लिहा—'ग्राहक वर्तन'.
4. 'मीडिया स्ट्रॅटेजी' यापासून आगगास काय बोध होतो ? सविस्तर लिहा.
5. विक्री प्रोत्साहनाचे उद्देश सोदाहरण विशद करा.
6. विक्री प्रोत्साहनाची साधने सोदाहरण स्पष्ट करा.
7. जाहिरात कशी कार्य करते ? सविस्तर विवेचन करा.
8. जाहिरातीत कॉपी लेखकाचे महत्त्व उघड करा.
9. तुलना करा—'मुद्रित जाहिरात' आणि 'रेडिओ जाहिरात'.
10. कोणत्याही दोनची लघु उत्तरे लिहा.

(अ) मार्केटिंग फोर्सेस (Marketing Forces)

(ब) ह्यूमर कॉपी (Humour Copy)

(क) ब्रॅन्ड इक्विटी (Brand Equity)

(ड) श्रोते (Audience)

Master of Journalism & Mass Communication (M.J.M.C.) Semester-II Examination
ADVERTISING, SALES PROMOTION AND COPY WRITING

Paper—I

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 100

(हिन्दी माध्यम)

सूचना :—(1) किन्हीं पांच प्रश्नों के उत्तर दीजिये।

(2) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. ग्राहक तथा विज्ञापन संस्था, इनमें सहसंबंध बताइये।
2. 'ब्रैंड स्ट्रैटेजी' कैसे निर्धारित करते हैं ? चर्चा कीजिये।
3. 'ग्राहक का वर्तन' इस पर निबंध लिखिये।
4. 'मीडिया स्ट्रैटेजी' इससे आपको क्या बोध होता है ? सविस्तार लिखिये।
5. बिक्री प्रोत्साहन के उद्देश्य सोदाहरण समझाइये।
6. बिक्री प्रोत्साहन के साधन कौनसे हैं ? सोदाहरण चर्चा कीजिये।
7. विज्ञापन कैसे कार्य करता है ? विस्तार से बताइये।
8. विज्ञापन में कॉपी रायटर (Copywriter) का महत्व विशद कीजिये।
9. तुलना कीजिये—'मुद्रित विज्ञापन' तथा 'रेडिओ विज्ञापन'।
10. किन्हीं दो के लघु उत्तर लिखिये :
 - (अ) मार्केटिंग फोर्स (Marketing Forces)
 - (ब) ह्युमर कॉपी (Humour Copy)
 - (क) ब्रैंड इक्विटी (Brand Equity)
 - (ड) श्रोता (Audience)।