

BA JMC Sem-6 Examination

603

Advanced Advertising-II

April 2022

Time : 2-00 Hours]

[Max. Marks : 50

ભાગ-૧

નીચેના આઠ (૮) પ્રશ્નોમાંથી કોઈપણ ત્રણના ઉત્તર લખો.

1. એકાઉન્ટ પ્લાનિંગની પ્રક્રિયા અને આ પ્રક્રિયામાં એકાઉન્ટ પ્લાનરની ભૂમિકા વિશે વિગતવાર જણાવો. 14
2. ક્લાયન્ટ માટે માર્કેટિંગ પ્લાન વિકસાવવા માટે જાહેરાત એજન્સી દ્વારા અનુસરવામાં આવતા વિવિધ તબક્કા કયા છે? 14
3. મીડિયા પ્લાનિંગમાં વિવિધ પગલાંઓ લખો. 14
4. મીડિયા પ્લાનિંગ અને મીડિયા ખરીદી વચ્ચે શું તફાવત છે? મીડિયા પ્લાનિંગનાં કાર્યો લખો. 14
5. ભારતના શહેરી અને ગ્રામીણ ગ્રાહકો વચ્ચેનો તફાવત યોગ્ય ઉદાહરણો સાથે સમજાવો. 14
6. ગ્રામીણ ગ્રાહકો સુધી પહોંચવા માટે ભારતીય માર્કેટર્સ દ્વારા ઉપયોગમાં લેવાતી વિવિધ માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ સમજાવો. 14
7. ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગ શું છે? યોગ્ય ઉદાહરણો સાથે ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગ માટે ઉપયોગમાં લેવાતાં વિવિધ સાધનો વિશે લખો. 14
8. ડેટાબેઝ માર્કેટિંગના ફાયદાઓ લખો? ગ્રાહકોનો ડેટાબેઝ બનાવવા માટે કયાં વિવિધ પગલાં અનુસરવામાં આવે છે?

ફરજિયાત ભાગ-૨

કુલ સોળ (૧૬)માંથી કોઈપણ ૮ બહુવિકલ્પીય હેતુલક્ષી પ્રશ્નોના ઉત્તર લખો.

(પ્રત્યેકનો ૧ ગુણ)

1. નીચેનામાંથી ગ્રાહક વેચાણ પ્રમોશન ટેકનિકનો એક પ્રકાર કયો છે?
(a) વેપાર ભથ્થાં (b) ટ્રેડ શો (c) રિફંડ અને રિબેટ્સ (d) કોઈ નહીં
2. _____ વ્યૂહરચના માર્કેટિંગ પ્રયાસો ગ્રાહકો તરફ નિર્દેશિત કરવામાં આવે છે.
(a) પુલ (b) પુશ (c) a અને b બંને (d) આમાંથી કોઈ નહીં
3. SWOT વિશ્લેષણનું પૂર્ણ સ્વરૂપ શું છે?
(a) Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (b) Safety, Weakness, Option, Threats
(c) Strength, Wealth, Object, Transformation (d) None

(P.T.O)

N 46-2

4. _____ એ એક લેખિત દસ્તાવેજ છે જે માર્કેટર શું શીખ્યા તેનો સારાંશ આપે છે બજાર સ્થળ વિશે અને સૂચવે છે કે કેવી રીતે કંપનીઓ તેના માર્કેટિંગ ઉદ્દેશ્યો સુધી પહોંચવાની યોજના ધરાવે છે.
- (a) મીડિયા યોજના (b) સર્જનાત્મક યોજના (c) માર્કેટિંગ યોજના (d) આમાંથી કોઈ નહીં
5. TRP નું પૂર્ણ સ્વરૂપ શું છે?
- (a) ટેલિવિઝન રેટિંગ પોઈન્ટ (b) ટેલિવિઝન રેન્ડમ પોઈન્ટ (c) ટોટલ રેટિંગ પોઈન્ટ (d) કોઈ નહીં
6. મીડિયા પ્લાન બનાવવા માટે નીચેનામાંથી કયું પાસું ધ્યાનમાં લેવું જોઈએ?
- (a) મીડિયા મિક્સ (b) ભૌગોલિક કવરેજ (c) શેડ્યુલિંગ (d) ત્રણેય
7. જ્યારે કોઈ જાહેરાત લાંબા સમય સુધી મીડિયામાં કોઈપણ અંતર વગર ચલાવવામાં આવે છે ત્યારે તેને _____ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.
- (a) ફ્લાઇટિંગ શેડ્યુલિંગ (b) કોન્ટિન્યુઇટી શેડ્યુલિંગ (c) પલ્સિંગ શેડ્યુલિંગ (d) ત્રણમાંથી કોઈ નહીં
8. નીચેનામાંથી કયા આઉટડોર એડવર્ટાઇઝિંગના પ્રકાર છે?
- (a) પોસ્ટર પેનલ (b) બિલબોર્ડ (c) a અને b બંને (d) કોઈ નહીં
9. ગ્રામીણ બજારમાં નીચેનામાંથી કઈ પ્રમોશનલ વ્યૂહરચના ઉપયોગ થાય છે?
- (a) વ્યક્તિગત વેચાણ (b) વેચાણ પ્રમોશન (c) A અને B બંને (d) કોઈ નહીં
10. ગ્રામીણ જાહેરાતમાં નીચેનામાંથી કયું માધ્યમ અસરકારક છે ?
- (a) વોલ પેઇન્ટિંગ (b) કઠપૂતળી (c) બંને a અને b (d) મેગેઝિન
11. ગ્રામીણ ગ્રાહકો છે _
- (a) ભાવ સંવેદનશીલ (b) ઓછી કિંમત સંવેદનશીલ (c) ગુણવત્તા સભાન (d) b અને c બંને
12. ગ્રામીણ માર્કેટિંગ વધુ અસરકારક બની શકે છે જો તે _____ દ્વારા ગોઠવવામાં આવે
- (a) ડોર ટુ ડોર ઝુંબેશ (b) ગામડાનો મેળો (c) સોશિયલ મીડિયા (d) બંને a અને b
13. ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગમાં CRM નું પૂર્ણસ્વરૂપ શું છે?
- (a) Customer Relationship Management (b) Calculative Relation Management (c) Customer Rating Machine (d) None
14. _____ એ ઉપભોક્તા ડેટાના એકત્રીકરણ અને પ્રક્રિયા માટે એક વ્યવસ્થિત અભિગમ છે.

N 46-3

- (a) ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગ (b) ગ્રાહક માર્કેટિંગ (c) ડેટાબેઝ માર્કેટિંગ (d) a અને b બંને
15. નીચેનામાંથી કયું ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગનું વિશિષ્ટ લક્ષણ છે ?
(a) ત્વરિત પ્રતિસાદ (b) કસ્ટમાઇઝેશન (c) આર્થિક કિંમતો (d) ત્રણેય
16. નીચેનામાંથી કઈ કંપની વચેટિયાની સંડોવણી વિના ગ્રાહકો સાથે સીધો સંવાદ કરવામાં સક્ષમ છે?
(a) ગ્રામીણ માર્કેટિંગ (b) ડાયરેક્ટ માર્કેટિંગ (c) ગેરિલા માર્કેટિંગ (d) કોઈ નહીં

ENGLISH VERSION
Part-I

Attempt any THREE out of EIGHT Questions.

1. Elaborate on the process of Account Planning and the role of Account planner in this process. 14
2. What are different stages followed by Advertising Agency to develop marketing Plan for the client? 14
3. Write down the different steps in Media planning. 14
4. What are differences between media planning and media buying? Write down the functions of Media Planning. 14
5. Explain the difference between urban and rural consumers of India along with suitable examples. 14
6. Explain the different marketing strategies used by the Indian marketers to reach the rural consumers. 14
7. What is Direct Marketing? Write about the various tools used for Direct Marketing along with appropriate examples. 14
8. Write down the benefits of Database Marketing? To build the database of customers what are the various steps followed? 14

PART II

MCQS Attempt any 8. (Each carrying 1 mark)

8

1. Which of the following is a type of customer Sales Promotion technique?
(a) Trade allowances (b) Trade shows (c) refunds and rebates (d) None
2. In _____ strategy marketing efforts are directed towards consumers.
(a) Pull (b) Push (c) Both a and b (d) none
3. What is the full form of SWOT analysis?
(a) Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (b) Safety, Weakness, Option, Threats
(c) Strength, Wealth, Object, Transformation (d) None

(P.T.O)

W 46 -4

4. _____ - is a written document that summarizes what marketer has learned about the market place and indicates how the firms plan to reach its marketing objectives.
(a) Media plan (b) Creative plan (c) Marketing plan (d) None
 5. What is the full form of TRP ?
(a) Television Rating Point (b) Television Random Point (c) Total Rating Point (d) None
 6. To develop a Media Plan which of the following aspect /s should be considered?
(a) Media Mix (b) Geographic coverage (c) Scheduling (d) All of the three
 7. When an advertisement is run in the media for a long period of time without any gap it is known as _____.
(a) Flighting (b) Continuity (c) Pulsing (d) None of the three
 8. Which of the following is/are the type/s of Outdoor Advertising ?
(a) Poster Panel (b) Billboard (c) Both a and b (d) None
 9. Which of the following promotional strategy/ies is/are used in rural market ?
(a) Personal selling (b) Sales promotion (c) Both A and B (d) None
 10. Which of the following medium is/are effective in rural advertising ?
(a) Wall painting (b) Puppetry (c) Both a and b (d) Magazine
 11. Rural consumers are ____
(a) Price sensitive (b) Less price sensitive (c) Quality conscious (d) Both b and c
 12. Rural marketing can be more effective if it is arranged through _____
(a) Door to door campaign (b) Village fair (c) Social media (d) Both a and b
 13. What is the full form of CRM in Direct Marketing?
(a) Customer Relationship Management (b) Calculative Relation Management (c) Customer Rating Machine (d) None
 14. _____ is a systematic approach to the gathering, and processing of consumer data.
(a) Direct Marketing (b) Consumer marketing (c) Database marketing (d) Both a and b
 15. Which of the following is/are unique feature/s of Direct Marketing ?
(a) Instant feedback (b) customization (c) economical pricing (d) All of the three
 16. In which of the following Companies are able to communicate directly with the customers without the involvement of the middleman?
(a) Rural marketing (b) Direct marketing (c) Guerilla marketing (d) None
-