

## BAJMC Sem.-5 Examination

## BJMC 503

## Advanced Advertising-I

November-2024

Time : 2-30 Hours]

[Max. Marks : 70

પ્રત્યેક પ્રશ્નના ૧૪ ગુણ છે. બધા પ્રશ્નો ફરજિયાત છે.

1. સંબંધિત દેશોના પર્યાવરણીય સેટઅપમાંના તફાવતો ઉત્પાદનો અથવા સેવાઓની જાહેરાત કરવાની રીતને કેવી રીતે પ્રભાવિત કરે છે એ સમજાવો. 14

અથવા

1. જાહેરાતના ઉપયોગો અને અસરો લખો.

- 2 ગ્રાહકના વર્તનનું જ્ઞાન માર્કેટિંગમાં કેવી રીતે મદદ કરે છે તે સમજાવો. ELM મોડલ વિશે લખો. 14

અથવા

- 2 ઉપભોક્તાનું વર્તન શું છે? કોઈપણ ઉત્પાદન ખરીદતી વખતે ગ્રાહકોના નિર્ણયો લેવા માટેનાં વિવિધ પગલાં સમજાવો.

- 3 બ્રાન્ડ મેનેજમેન્ટ માટે વિવિધ માર્કેટિંગ પ્રોગ્રામ્સ સમજાવો. 14

અથવા

- 3 બ્રાન્ડનું જીવન ચક્ર સમજાવો. બ્રાન્ડ ઇમેજ કેવી રીતે બનાવી શકાય? ટૂંકમાં લખો.

- 4 કોપીરાઈટિંગ શું છે? યોગ્ય ઉદાહરણો સાથે વિવિધ પ્રકારની જાહેરાત અપીલો સમજાવો. 14

અથવા

- 4 સર્જનાત્મકતા શું છે? જાહેરાતો માટે ઉપયોગમાં લેવાતી વિવિધ પ્રકારની અમલીકરણની શૈલીઓ વિશે ચર્ચા કરો.

- 5 નીચેનામાંથી કોઈપણ ૭ના ઉત્તર લખો. (પ્રત્યેકના બે ગુણ) 14

a) જાહેરાત પૂર્વગ્રહ શું છે?

b) લોકપ્રિય સંસ્કૃતિ શું છે?

c) ભારતીય જાહેરાતો પર વૈશ્વિકરણની કોઈપણ બે અસર લખો.

d) ઉપભોક્તા વર્તનના કોઈપણ બે ઉદ્દેશો લખો.

e) VALS મોડેલ શું છે?

f) ગ્રાહકના વર્તનને પ્રભાવિત કરી શકે તેવા કોઈપણ બે પરિબળો લખો.

g) બ્રાન્ડ પર્સનાલિટી શું છે?

h) બ્રાન્ડ પોઝિશનિંગ શું છે?

i) બ્રાન્ડ ઇકિવટી શું છે?

j) લેઆઉટ ડિઝાઇનના સમપ્રમાણતા (સિમેટ્રી) અને કોન્ટ્રાસ્ટના સિદ્ધાંતને સમજાવો.

k) વિચાર પેદા કરવાની કોઈપણ બે પ્રકારની ટેકનિક લખો.

l) યુવાનો માટે કૉપી લખવા માટે ધ્યાનમાં લેવાતા કોઈપણ બે આવશ્યક મુદ્દાઓ લખો.

(P.T.O.)

## ENGLISH VERSION

All the questions are compulsory. Each carries 14 marks.

- |           |  |    |
|-----------|--|----|
| 1.        | Explain how the differences in environmental set up of respective countries influence the way the products or services will be advertised. | 14 |
| <b>OR</b> |  |    |
| 1.        | Write down the uses and effects of advertising.  | 14 |
| 2         | Explain how the knowledge of consumer behavior helps in marketing. Write about ELM Model.  | 14 |
| <b>OR</b> |  |    |
| 2         | What is consumer behaviour? Explain the different steps for decisions making of consumers while buying any product.                        | 14 |
| 3         | Explain the various marketing programmes for brand management.   | 14 |
| <b>OR</b> |  |    |
| 3         | Explain the life cycle of a brand. How brand image can be built? Write in brief.   |    |
| 4         | What is copywriting? Explain the various types of advertising appeals along with suitable examples.  | 14 |
| <b>OR</b> |  |    |
| 4         | What is creativity? Discuss about different types of execution styles used for advertisements.   | 14 |
| 5         | <b>Attempt any 7. (Each carrying 2 marks)</b>  | 14 |
|           | a) What is advertising bias?   |    |
|           | b) What is popular culture?  |    |
|           | c) Write any two impact of globalization on Indian advertising.  |    |
|           | d) Write any two objectives of consumer behavior.  |    |
|           | e) What is VALS model?   |    |
|           | f) Write down any two factors that can influence consumer behavior.  |    |
|           | g) What is brand personality?  |    |
|           | h) What is brand positioning?  |    |
|           | i) What is brand Equity?   |    |
|           | j) Explain the principle of symmetry and contrast of Layout design.  |    |
|           | k) Write down any two types of idea generation techniques.   |    |
|           | l) Write any two essential points to be considered for writing a copy for youth.   |    |