

Note : All 5 questions are compulsory.

All questions carry equal marks. – 10 marks each.

1) માર્કેટિંગ કમ્યુનિકેશન એટલે શું? જાહેરખબર, વેચાણ પ્રમોશન અને અંગત વેચાણ પ્રત્યાયનની આ વ્યવસ્થામાં કઈ રીતે અનુકૂળ છે તે સમજાવો.

OR

1) બ્રાન્ડને શક્તિશાળી બનાવવામાં બ્રાન્ડ મેનેજમેન્ટની ભૂમિકા સમજાવો. ઉદાહરણ સાથે બ્રાન્ડ ઇકવીટી, બ્રાન્ડ પર્સનાલિટી અને બ્રાન્ડ લાઈફ સાઇકલ સવિસ્તાર સમજાવો.

2) પ્રિન્ટ, ડિજિટલ, ઇલેક્ટ્રોનિક વગેરે માધ્યમો માટે કોપી લખવા માટેના મહત્વના ભાગ કયા છે? તમારા ઉત્તરના સમર્થનમાં યોગ્ય ઉદાહરણો આપો.

OR

2) 'જાહેરખબરની અપીલ' ના વિવિધ પ્રકારો કયા છે? આ 'અપીલ' ગ્રાહકના નિર્ણય પર કઈ રીતે અસર કરે છે તે સમજાવો.

3) 'ઇન્ટીગ્રેટેડ માર્કેટિંગ કમ્યુનિકેશન' એટલે શું? વ્યવસાયના માર્કેટિંગના આયોજનમાં તેનું શું મહત્વ છે, તે શું ભાગ ભજવે છે તે સમજાવો.

OR

3) મીડિયા પ્લાનિંગ એટલે શું? મીડિયા પ્લાનિંગ અને મીડિયા શેડ્યુલિંગ કઈ રીતે જાહેરખબરના કેમ્પેઇનને કાર્યરત કરવામાં મદદરૂપ થાય છે તે સમજાવો.

4) જાહેરખબર સંદર્ભનું સંશોધન એટલે શું? માર્કેટિંગ સંદર્ભના નિર્ણય લેવામાં તે કઈ રીતે મહત્વનું સાધન છે?

OR

4) 'ASCI' અને 'AAA' પર સવિસ્તાર નોંધ તૈયાર કરો. આ બંને સંસ્થાઓ કઈ રીતે પારદર્શી અને નૈતિક જાહેરખબર વ્યવસાય માટે ઉપયોગી છે તે સમજાવો.

5) નીચે પૈકી કોઈપણ પાંચના ટૂંકમાં જવાબ આપો.

1. 'AIDA' મોડલ સમજાવો.
2. 'બ્રાન્ડ લીવરેજિંગ' સમજાવો.
3. 'પરસુએસીવ કોપી' એટલે શું?
4. 'જાહેરખબરની અપીલ' સમજાવો.
5. 'મીડિયા ફ્રીક્વન્સી' એટલે શું?
6. 'પોઝિશનિંગ રિસર્ચ' સમજાવો.
7. 'ASCI' ની રચના ક્યારે થઈ હતી?
8. વિવિધ પ્રકારના ઓડિયન્સ માટેનું લખાણ એટલે શું?
9. ભારતમાં જાહેરખબર સંદર્ભના પાંચ કાયદા
10. પોસ્ટ ટેસ્ટ રિસર્ચનું મહત્વ સમજાવો.

N 781-2

Course : BAJMC (Hons) NEP 20

Semester : 3

Paper 1 : Introduction to Marketing Communication (DSC-C BAJMC 231)

Marks : 50

Date :

Time :

Note : All 5 questions are compulsory.

All questions carry equal marks. – 10 marks each.

1) What is Marketing Communication? How do advertising, sales promotion and personal selling fit into the mix of ways to communication?

OR

1) How brand management helps make the brand powerful? Elaborate with an example on what brand equity, brand personality and brand life cycle mean.

2) What are the most important parts of writing copy for different types of media, like print, electronic and digital? Give example to back your answers.

OR

2) What are the different types of advertising appeals? How do these appeals affect how customers make decisions?

3) What does Integrated Marketing Communication mean? How does IMC help a business's marketing plan?

OR

3) What is media planning? How media planning and media scheduling help make an advertising campaign work.

4) What is advertising research? Explain how it is an important tool for making marketing decisions.

OR

4) Write a detailed note on ASCI ad AAI. Explain how these regulatory bodies maintain fair and ethical advertising.

5) **Attempt any 5 out of 10** (in short).

1. What is the AIDA model?
2. What does brand leveraging mean?
3. What does persuasive copy mean?
4. What does advertising appeal mean?
5. What does media frequency mean?
6. Explain positioning research.
7. When was ASCI formed?
8. What does writing for different audiences mean?
9. Mention 5 Laws related to advertising in India.
10. Explain the importance of post-test research.

