

2.5 hrs

Marks: 75

N.B. 1. All Questions are compulsory.

Q1. Case study

15

SBI Life Insurance is coming up with their brand campaign for promoting their Protection Plans. The mainline thought is 'Mein se Hum' ka Kadam. The thought being self-explanatory in nature implies the step that an individual take from being 'Me' to 'We'. The campaign is targeted to people who have a life event coming up soon E.G. - Marriage, becoming a parent, retirement etc. and thus how the event will change one's approach towards life. Furthermore, communicate to the person that when the decisions and acts shift from 'ME to WE', one needs to also think of life insurance performance.

Questions:

- a. As a digital marketer explain what are the key advertising objectives to promote this campaign. 5
- b. How would you use Facebook as a platform to promote the campaign? 5
- c. How would you use Twitter as a medium to promote the campaign? 5

Q2

- a) What are the advantages and disadvantages of traditional media? 8
- b) What are the areas of operation for search engine optimization professionals? 7

OR

- c) How does Facebook help in promoting business? 8
- d) What are the factors considered while optimizing keywords? 7

Q3.

- a) Explain Image Optimisation in detail 8
- b) What are the roles and responsibilities of good content writer? 7

OR

- c) Explain in detail some of the most successful campaigns on Facebook. 8
- d) Mention some of the most popular blog sites today? What care one must take while writing a blog? What steps should be taken to promote a blog? 7

Q4.

- a. Mention some features of a good website 8
- b. Explain Search Engine Algorithm 7

OR

- c. Explain in detail few web analytics tools 8
- d. What are the steps involved in writing content for mobile? 7

Q5. Short notes on: (any 3)

15

- a. Benefits of Off Page optimisation
- b. Copyright Act
- c. Crawler Based search engine
- d. Features of LinkedIn
- e. Mobile marketing

वेळ : २.५ तास

गुण : ७५

सूचना : १) सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे

२) उजवीकडील अंक गुण दर्शवतात

१ . केस स्टडी

‘एसबीआय लाइफ इन्शुरन्स’ हे त्यांचे प्रोटेक्शन प्लॅन्स प्रमोट करण्यासाठी ब्रँड मोहिम आखत आहेत. या प्लानचा मुख्य विचार ‘मै से हम का कदम’ असा आहे. जो स्वतःपासून आपल्या जवळच्या लोकांचा विचार देखील विचार करायला लावतो म्हणजेच 'Me' to 'We'. जे लोक त्यांच्या आयुष्याच्या महत्त्वाच्या टप्प्यावर आहेत उदा : लग्न, लवकरच पालक होणारे किंवा निवृत्त होणारे इत्यादी लोक हे या मोहिमेचा लक्षित वर्ग आहे. ज्यांचा आपल्या आयुष्याकडे बघायचा दृष्टीकोन बदलणार आहे. म्हणजेच त्यांची निर्णय आणि कृती 'ME to WE' अशी होणार आहे आणि ते जीवन विम्याबद्दल विचार करत आहेत, असे लोक यासाठी लक्ष्य केले जाणार आहे.

प्रश्न :

- अ. या मोहिमेला प्रमोट करण्यासाठी एक डिजिटल विपणनकार म्हणून तुमची जाहिरातविषयक मुख्य उद्दिष्ट्ये कोणती असतील? ५
- ब. ही मोहिम मोठ्या प्रमाणावर चालवण्यासाठी फेसबुक या माध्यमाचा कशाप्रकारे उपयोग कराल. ५
- क. ही मोहिम मोठ्या प्रमाणावर चालवण्यासाठी ट्विटर या माध्यमाचा कशाप्रकारे उपयोग कराल ? ५

2 खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

- अ. पारंपरिक माध्यमांचे फायदे आणि तोटे स्पष्ट करा. ८
- ब. सर्च इंजिन ऑप्टिमायझेशनचा व्यवसाय करणाऱ्यांसाठी कोणत्या ऑपरेशनल घटकांचा विचार करावा लागेल ? ७
- किंवा
- क. व्यवसाय प्रमोट करण्यासाठी फेसबुक कशाप्रकारे तुम्हाला मदत करू शकते ? ८
- ड. क्विर्ड ऑप्टिमायझेशन करताना घटक विचारात घेतले जातात ? ७

3. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. इमेज ऑप्टिमायझेशन विस्तृत स्पष्ट करा.

ब. चांगल्या कंटेंट रायटरची भूमिका आणि जबाबदारी काय असते ?

किंवा

क. फेसबुकवरील काही सर्वात यशस्वी रणनीतींचा विस्तृत चर्चा करा

ड. सध्याच्या काळातील प्रसिद्ध ब्लॉग साइट्स कोणत्या ? ब्लॉग लिहिताना कोणती काळजी घ्यावी ?
ब्लॉग प्रमोट करण्यासाठी कोणत्या पायऱ्या आहेत ?

4. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. चांगल्या वेबसाइट्सची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

ब. सर्च इंजिन अल्गोरिदम काय ते स्पष्ट करा.

किंवा

क. वेब अॅनालिटिक्सचे काही घटक विस्तृतपणे स्पष्ट करा.

ड. मोबाइल कंटेंट रायटिंगमध्ये समाविष्ट असलेल्या काय आहेत ?

5. खालीलपैकी कोणत्याही तीन टिपा लिहा

अ. ऑफ पेज ऑप्टिमायझेशनचे फायदे

ब. कॉपीराइट अॅक्ट

क. क्रॉलर आधारित सर्च इंजिन

ड. लिंकडीनची वैशिष्ट्ये

इ. मोबाइल मार्केटिंग

[Time: 2½ Hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All questions are COMPULSORY.
 2. Figures to the right indicate FULL MARKS.
 3. Support your answer with examples.

Q. 1 Answer **any five** of the following (To be answered in not more than 5 sentences each) **(15)**

- Deforestation
- Global warming
- UDHR
- Domestic & Family Violence Act
- Rural Indebtedness
- National Food Security Act 2013
- MIDC
- Terrorism

Q. 2 a) The goal of sustainable development is to meet the needs of today, without compromising the needs of tomorrow" Evaluate the statement with reference to the need and importance of Sustainable development in the developing countries **(15)**

OR

- b) Explain how CRZ Act has ensured the regulation of activities in the coastal areas. **(08)**
c) Analyse the various issues of Women's rights with special reference to CEDAW. **(07)**

Q. 3 a) Analyse whether the legislative measure for Prohibition of sale of cigarettes and other tobacco products around educational institutions 2004 has been effective in curbing it. **(15)**

OR

- b) Explain in detail about the whistle blowers protection act 2011. **(08)**
c) Briefly describe the various agrarian issues in India. **(07)**

Q. 4 a) Discuss the issues and solution for the Insurgency in the North Eastern states of India. Analyse the role of AFSPA in North eastern India. **(15)**

OR

- b) Discuss the various Tribal issues and suggest solutions to it. **(08)**
c) Describe the role and significance of Special Economic Zone in Maharashtra. **(07)**

Q. 5 Write short notes on **any of the three** of the following: **(15)**

- a) Environmental movements
- b) POCSO
- c) Forest Rights Act
- d) Police Reforms
- e) Naxalism

[वेळ: 2 $\frac{1}{2}$ तास]

[गुण: ७५]

Please check whether you have got the right question paper.

सूचना: १) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र. १ खालीलपैकी कोणतेही पाच उत्तरे लिहा. (जास्तीत जास्त पाच ओळीमध्ये) (१५)

- अ) निर्वाणीकरण
- ब) वैश्विक तापमानवाद
- क) मानवी हक्काचा वैश्विक जाहीरनामा
- ड) घरगुती व कौटुंबिक हिंसाचार कायदा
- इ) ग्रामीण कर्जबाजारीपणा
- ई) राष्ट्रीय अन्नसुरक्षा कायदा २०१३
- उ) महाराष्ट्र औद्योगिक विकास महामंडळ
- ऊ) दहशतवाद

प्र. २ अ) “शाश्वत विकासाचे ध्येय हे उद्याच्या गरजांशी तडजोड न करता आजची गरज पूर्ण करणे हे आहे. (१५)

विकसित देशासाठी शाश्वत विकासाची गरज व महत्व या संदर्भाने वरील विधानाचे मुल्यमापन करा.

किंवा

ब) CRZ कायद्यामुळे किनारपट्टी भागातील विविध कामामध्ये कशा प्रकारे नियमित पणा आला (०८)

आहे?

क) CEDAW च्या विशेष संदर्भाने स्त्रियांच्या हक्कासंबंधीची विविध मुद्द्याची चिकित्सा करा. (०७)

प्र. ३ अ) शैक्षणिक संस्था परिसरात सिगारेट व इतर तंबाखूजन्य उत्पादनाच्या विक्रीवर प्रतिबंधक कायदा (१५)
२००४ मधील वैधानिक उपाय योजना या परिणामकारक उरल्या आहेत का? ही समस्या नष्ट
करण्यासाठी

किंवा

प्र. ३ ब) २०११ च्या व्हिसल ब्लोअर्स कायदा विस्तृतपणे स्पष्ट करा. (०८)
क) भारतातील कृषिसमस्या (शेतीसंबंधी) विशद करा. (०७)

प्र. ४ अ) भारतातील पूर्वोत्तर राज्यातील बंडखोरीची समस्या व त्यावरील उपाययोजना चर्चा करा. पूर्वोत्तर (१५)
भारतातील लष्कर विशेषाधिकार कायदा (AFSPA) ची भूमिकेची चिकित्सा करा.

किंवा

प्र. ४ ब) आदिवासीचे विविध प्रश्न चर्चा करा व उपाययोजना सुचवा. (०८)
क) महाराष्ट्रातील विशेष आर्थिक क्षेत्राची (SEZ) भूमिका व उपयोगिता विशद करा. (०७)

प्र. ५ कोणत्याही तीन टीपा लिहा. (१५)

अ) पर्यावरण चळवळी

ब) पॉकसो कायदा

क) वन हक्क

ड) पोलीस सुधारणा

इ) नक्षलवाद

[Time: 2½ Hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All questions are COMPULSORY.
 2. Figures to the right indicate FULL MARKS.
 3. Support your answer with examples.

Q. 1 Answer **any five** of the following (To be answered in not more than 5 sentences each) **(15)**

- Deforestation
- Global warming
- UDHR
- Domestic & Family Violence Act
- Rural Indebtedness
- National Food Security Act 2013
- MIDC
- Terrorism

Q. 2 a) The goal of sustainable development is to meet the needs of today, without compromising the needs of tomorrow" Evaluate the statement with reference to the need and importance of Sustainable development in the developing countries **(15)**

OR

b) Explain how CRZ Act has ensured the regulation of activities in the coastal areas. **(08)**

c) Analyse the various issues of Women's rights with special reference to CEDAW. **(07)**

Q. 3 a) Analyse whether the legislative measure for Prohibition of sale of cigarettes and other tobacco products around educational institutions 2004 has been effective in curbing it. **(15)**

OR

b) Explain in detail about the whistle blowers protection act 2011. **(08)**

c) Briefly describe the various agrarian issues in India. **(07)**

Q. 4 a) Discuss the issues and solution for the Insurgency in the North Eastern states of India. Analyse the role of AFSPA in North eastern India. **(15)**

OR

b) Discuss the various Tribal issues and suggest solutions to it. **(08)**

c) Describe the role and significance of Special Economic Zone in Maharashtra. **(07)**

Q. 5 Write short notes on **any of the three** of the following: **(15)**

- a) Environmental movements
- b) POCSO
- c) Forest Rights Act
- d) Police Reforms
- e) Naxalism

[वेळ: 2 $\frac{1}{2}$ तास]

[गुण: ७५]

Please check whether you have got the right question paper.

सूचना: १) सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत.

२) उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.

प्र. १ खालीलपैकी कोणतेही पाच उत्तरे लिहा. (जास्तीत जास्त पाच ओळीमध्ये) (१५)

- अ) निर्वाणीकरण
- ब) वैश्विक तापमानवाद
- क) मानवी हक्काचा वैश्विक जाहीरनामा
- ड) घरगुती व कौटुंबिक हिंसाचार कायदा
- इ) ग्रामीण कर्जबाजारीपणा
- ई) राष्ट्रीय अन्नसुरक्षा कायदा २०१३
- उ) महाराष्ट्र औद्योगिक विकास महामंडळ
- ऊ) दहशतवाद

प्र. २ अ) “शाश्वत विकासाचे ध्येय हे उद्याच्या गरजांशी तडजोड न करता आजची गरज पूर्ण करणे हे आहे. (१५)

विकसित देशासाठी शाश्वत विकासाची गरज व महत्व या संदर्भाने वरील विधानाचे मुल्यमापन करा.

किंवा

ब) CRZ कायद्यामुळे किनारपट्टी भागातील विविध कामामध्ये कशा प्रकारे नियमित पणा आला (०८)

आहे?

क) CEDAW च्या विशेष संदर्भाने स्त्रियांच्या हक्कासंबंधीची विविध मुद्द्याची चिकित्सा करा. (०७)

प्र. ३ अ) शैक्षणिक संस्था परिसरात सिगारेट व इतर तंबाखूजन्य उत्पादनाच्या विक्रीवर प्रतिबंधक कायदा (१५)
२००४ मधील वैधानिक उपाय योजना या परिणामकारक उरल्या आहेत का? ही समस्या नष्ट
करण्यासाठी

किंवा

प्र. ३ ब) २०११ च्या व्हिसल ब्लोअर्स कायदा विस्तृतपणे स्पष्ट करा. (०८)
क) भारतातील कृषिसमस्या (शेतीसंबंधी) विशद करा. (०७)

प्र. ४ अ) भारतातील पूर्वोत्तर राज्यातील बंडखोरीची समस्या व त्यावरील उपाययोजना चर्चा करा. पूर्वोत्तर (१५)
भारतातील लष्कर विशेषाधिकार कायदा (AFSPA) ची भूमिकेची चिकित्सा करा.

किंवा

प्र. ४ ब) आदिवासीचे विविध प्रश्न चर्चा करा व उपाययोजना सुचवा. (०८)
क) महाराष्ट्रातील विशेष आर्थिक क्षेत्राची (SEZ) भूमिका व उपयोगिता विशद करा. (०७)

प्र. ५ कोणत्याही तीन टीपा लिहा. (१५)

अ) पर्यावरण चळवळी

ब) पॉकसो कायदा

क) वन हक्क

ड) पोलीस सुधरणा

इ) नक्षलवाद

(2½ Hours)

(Total Marks : 75)

Please check whether you have the right question paper.

- N.B.:**
- 1) All Questions are **Compulsory** and carry **15 marks**.
 - 2) **Internal choices / sub-questions** are indicated.
 - 3) Use of **Simple Calculator** is allowed. **Scientific calculators** are **not allowed**.

1. From the following Income statement and position statement for the year ending 2018, (15)
calculate the following :

- a) Debt Equity Ratio
- b) Current Ratio
- c) Stock to Working Capital ratio
- d) Proprietary Ratio
- d) Gross Profit Ratio
- e) Net Profit Ratio
- q) Debtors turnover ratio and collection period

Income statement for the year ending 31-12-2018

Particulars	Amount (₹)
Sales	3,42,000
Less : Cost of Goods sold	2,46, 850
Gross profit	95,150
Less : Operating expenses	25,150
Net profit	70,000
Less : Taxation	28,000
Net Profit After Tax	42,000

Position statement as on 31-12-2018

Sources of funds	₹	₹	₹
Equity Share Capital			1,28,900
Term Loans			45,000
Total Sources			1,73,900
Application of funds	₹	₹	₹
Fixed assets			84,575
Closing Stock	50,505		
Debtors	64,170		
Bills Receivable	1,800		
Cash	4,800	1,21,275	
Less : Creditors	19,000		
Bills Payable	3,000		
Outstanding expenses	9,950		
Total		31,950	89,325
			1,73,900

OR

65259

TURN OVER

1. State and explain the goals and functions of finance bring out the inter relationship (15) between finance and marketing.

2. From the following data prepare a cash budget for the period April, May and June 2019 :

Month	Miscellaneous Expenses (₹)	Wages (₹)	Purchases (₹)	Sales (₹)
February	28,000	40,000	3,36,000	4,80,000
March	32,000	48,000	4,00,000	5,20,000
April	24,000	32,000	4,16,000	3,20,000
May	48,000	40,000	4,24,000	4,64,000
June	24,000	32,000	3,20,000	3,52,000

Additional Information :

- a) Income from investments ₹20,000 received quarterly in April, July etc.
- b) Out of monthly Wages 25% is paid in arrears next month.
- c) Purchases are paid in the month following the month of supply.
- d) Out of sales, 20% is realised in the month of sales. Balance received in two subsequent months equally.
- e) Cash in hand on 1st April 2019 was ₹20,000.

OR

2. What is working capital? State the factors influencing the determination of working capital. (15)

3. From the following information provided for the second quarter of 2019, prepare Sales budget for the third quarter of 2019 for three products P, Q and R after considering the following information : (15)

- a) Product P, Q and R were sold during the second quarter at a price of ₹15, ₹18 and ₹16 respectively
- b) During the third quarter sales quantity of product P is expected to increase by 20% that Q is expected to decrease by 15% and that of R is expected to increase by 8%.
- c) During the third quarter it has been decided to increase the selling price of P by 10%. Decrease the Selling price of Q by 10% and not to change the selling price of R.

Month	Product P in units	Product Q in units	Product R in units
April	10,000	11,000	20,000
May	12,000	10,000	15,000
June	15,000	9,000	10,000

OR

3. a) What factors are considered for the preparation of a film budget? (08)

b) Briefly write about the types of Debentures. (07)

4. a) Draw a specimen Break Even chart and mark Break-Even Point, Fixed Cost and Variable Cost angle of incidence. (05)
- b) A company produces and sells 100 units of product A per month at ₹20. each. The variable cost per unit is ₹12 per unit and fixed cost is ₹400 per month : (10)
- Calculate :
- a) P/V Ratio
b) Break-Even Sales in units
c) Break-Even Sales Value
d) Margin of Safety
- It is proposed to reduce the selling price by 20%. Find the additional sales required to earn the same profit as before.

OR

4. a) Briefly write about the advantages of Spreadsheets. (07)
- b) State the advantages of term loans. (08)
5. a) A trader has the following balances on 01-01-2019 Cash ₹6,000; creditors ₹3,000; Bills payable ₹1,500; Cash ₹4,000; Outstanding expenses ₹2,000; Bills Receivable ₹4,500. Estimate his gross working capital and net working capital as on that date. (05)
- b) Classify the following costs on the basis of their 'behaviour to change' in volume : (05)
- i) Customs duty on raw materials.
ii) Office rent.
iii) Electricity charges.
iv) Over time wages.
v) Manager's salary.
- c) Classify the following on the basis of functions : (05)
- i) Carriage outwards.
ii) Repairs to plant and machinery.
iii) Audit fees.
iv) Heating and lighting.
v) Printing and stationery.

OR

5. Write short notes on Any Three : (15)
- 1) Types of Preference shares.
2) Short term sources of finance.
3) Limitations of ratio analysis.
4) Types of budgets.
5) Importance of Operating Cycle.

			=====
--	--	--	-------

किंवा

१. वित्त पुरवठ्याची कार्ये आणि उद्दिष्ट्ये सांगून स्पष्टपणे लिहा. वित्त पुरवठा आणि विपणन यांच्यामधील अन्योन्य संबंधाबद्दल सविस्तरपणे लिहा. (१५)

२. पुढील माहितीवरून एप्रिल, मे, जून २०१९ या कालावधीसाठी रोखीचे अंदाजपत्रक तयार करा :

महिना	(₹)	वेतन (₹)	खरेदी (₹)	विक्री (₹)
फेब्रुवारी	२८,०००	४०,०००	३,३६,०००	४,८०,०००
मार्च	३२,०००	४८,०००	४,००,०००	५,२०,०००
एप्रिल	२४,०००	३२,०००	४,१६,०००	३,२०,०००
मे	४८,०००	४०,०००	४,२४,०००	४,६४,०००
जून	२४,०००	३२,०००	३,२०,०००	३,५२,०००

अतिरिक्त माहिती :

- अ) ₹ २०,००० च्या गुंतवणूकीवरील उत्पन्न / मिळकत एप्रिल, जुलै वगैरे तिमाहीप्रमाणे मिळाले.
 ब) मासिक वेतनातून २५% जे देणे होते ते पुढील महिन्यात अदा केले गेले.
 क) खरेदीचे पैसे माल पुरवठा झालेल्या महिन्यानंतर पुढील महिन्यात अदा केले गेले.
 ड) विक्रीचे २०% पैसे विक्रीच्या त्याच महिन्यात मिळाले. उर्वरित पैसे नंतरच्या दोन महिन्यात समप्रमाणात मिळाले.
 इ) १ एप्रिल, २०१९ ला हाती रोख रक्कम ₹ २०,००० होती.

किंवा

२. खेळते भांडवल म्हणजे काय? खेळत्या भांडवलाची रक्कम ठरविण्यासाठी परिणाम करणारे घटक कोणते ते सांगा. (१५)

३. पुढील देऊ केलेल्या २०१९ च्या दुसऱ्या तिमाहीसाठी पुढील माहितीवरून 'प', 'क' आणि 'र' उत्पादनांसाठी २०१९ च्या तिसऱ्या तिमाहीसाठी पुढील माहिती लक्षात घेऊन विक्रीचे अंदाजपत्रक तयार करा :

- अ) उत्पादन 'प', 'क' आणि 'र' दुसऱ्या तिमाहीमध्ये अनुक्रमे ₹ १५, ₹ १८ आणि ₹ १६ या किंमतीत विकले.
 ब) तिसऱ्या तिमाहीमध्ये उत्पादन 'प' ची विक्रीची मात्रा २०% नी वाढणे अपेक्षित आहे. 'क' ची १५% नी घट होणे अपेक्षित आहे आणि 'र' ची ८% नी वाढ्याची अपेक्षा आहे.
 क) तिसऱ्या तिमाहीमध्ये 'प' ची विक्रीची किंमत १०% नी वाढविण्याचे ठरविले आहे. 'क' ची विक्रीची किंमत १०% नी घटविण्याचे ठरविले आहे आणि 'र' च्या विक्रीच्या किंमतीत काही बदल न करण्याचे ठरविले आहे.

महिना	उत्पादन 'प' (units)	उत्पादन 'क' (units)	उत्पादन 'र' (units)
एप्रिल	१०,०००	११,०००	२०,०००
मे	१२,०००	१०,०००	१५,०००
जून	१५,०००	९,०००	१०,०००

किंवा

३. अ) एखाद्या चित्रपटाचे अंदाजपत्रक तयार करण्यासाठी कोणती (काय) घटके लक्षात घेतली जातात? (०८)
 ब) कर्जरीख्यांच्या प्रकारांबद्दल थोडक्यात लिहा. (०७)

४. अ) समविच्छेदनाचा एक नमुनेदार तक्ता काढा आणि त्यात समविच्छेदन बिंदू, स्थिर खर्च, चल खर्च, (०५)
Angle of incidence (प्रादुर्भाव कोन) दर्शवा.
- ब) एक कंपनी महिन्यासाठी उत्पादन 'अ' चे १०० युनिट्स निर्माण करते आणि प्रत्येकी ₹२० नी (१०)
विकते. एका युनिट मागे चल खर्च ₹१२ आहे आणि स्थिर खर्च प्रत्येक महिन्यास ₹४०० आहे,
तर किंमत शोधा :
उत्तरीश्ररीश :
- अ) P/V Ratio ब) Break-Even Sales in units
क) Break-Even Sales Value ड) Margin of Safety
- विक्रीची किंमत २०% नी घटविण्याचे सुचविण्यात आले आहे. पूर्वीइतकाच नफा मिळविण्यासाठी
अतिरिक्त विक्री किती असावी ते शोधा.

किंवा

४. अ) स्प्रेडशीटच्या फायद्याबद्दल थोडक्यात लिहा. (०७)
ब) मुदतीच्या कर्जाचे फायदे सांगा. (०८)
५. अ) ०१-०१-२०१९ रोजी एका व्यापाराकडे पुढीलप्रमाणे शिल्लक होते. रोख ₹६,०००; धनको (०५)
₹३,०००; देय हुंड्या ₹१,५००; रोख ₹४,०००; थकित खर्च ₹२,०००; येणाऱ्या हुंड्या
₹४,५००. त्याचे त्या दिवसाचे ढोबळ खेळते भांडवल आणि निव्वळ खेळते भांडवल किती त्यांची
किंमत शोधा.
- ब) 'Behaviour to change' अनुसार खालील खर्चांचे वर्गीकरण करा : (०५)
१) कच्च्या मालावरील आयात शुल्क.
२) कार्यालयीन भाडे.
३) वीज खर्च.
४) ओव्हरटाईमचे वेतन.
५) व्यवस्थापकाचा पगार.
- क) 'Functions' अनुसार खालील बाबींचे वर्गीकरण करा : (०५)
१) Carriage Outwards.
२) प्लॉट आणि मशिनरीची दुरुस्ती.
३) लेखापरिक्षणाचे शुल्क.
४) हिटींग आणि लाईटींग.
५) छपाई आणि स्टेशनरी.

किंवा

५. खालीलपैकी कोणत्याही तीनवर संक्षिप्त टीपा लिहा : (१५)
१) प्रेफरन्स भाग भांडवलाचे प्रकार.
२) लघु मुदतीचे वित्त पुरवठ्याचे स्रोत.
३) अनुपात विवेचनाच्या मर्यादा.
४) अंदाजपत्रकांचे प्रकार.
५) Operating Cycle चे महत्त्व.

Time: 2:30 Hours

Marks: 75

N.B. : (1) All questions are compulsory.

(2) Each question is for 15 marks.

(3) Give suitable examples wherever necessary.

(4) Figures to the right indicate maximum marks.

Q.1 a) Why is Legal Environment important in any country with respect to Advertising
Discuss this with reference to: 10

(i) Drugs & Magic Remedies(Objectionable Advertisements) Act

OR

(ii) Emblems & Names (Prevention of Improper Use) Act

b) Being a critique of media is a challenging task; discuss this in the light of: 05

(i) Vance Packard was a man ahead of his times; discuss this in the light of validity & morality in Motivation research

OR

(ii) The Beauty Myth as discussed by Naomi Wolf.

Q.2 a) Ethics in any field is essential to enhance professionalism in that field, discuss with reference to 08

(i) ASCI

OR

(ii) Advertising to Religious minorities

b) (i) What is the relevance of Cyber Laws today with special reference to Section 66(A)? 07

OR

(ii) What do you understand by Contempt of Court? Explain using examples in the media context.

Q.3 a) Discuss the importance of standardization for consumers. In this context discuss: 08

(i) BIS

OR

(ii) ISO

b) What are Unfair Trade Practices, discuss this with respect to: 07

(i) Visual Distortion

OR

(ii) False and misleading comparisons

Q.4 a) List the Non-Government initiatives to protect consumer interest. Explain with reference to: 08

(i) CERC

OR

(ii) CFBP

b) What are socio economic criticisms of advertising? Explain with reference to: 07

(i) Creating Artificial Needs

OR

(ii) Preying on feelings of inadequacy

Q.5) Write short notes on **any three** of the following: 15

(a) FSSAI

(b) Government Policies & Advertising

(c) Manipulation of advertising research

(d) Social responsibility of Advertising

(e) Surrogate Advertising

[वेळ: २:३० तास]

[गुण: 75]

- सूचना: १. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहे.
२. उजवीकडील अंक पूर्ण गुण दर्शवितात.
३. अंतर्गत पर्याय प्रदान केले जातात.

प्र १ अ) जाहिरात संदर्भात कोणत्याही देशात कायदेशीर वातावरण महत्वाचे आहे, हे पुढच्या कायद्यांच्या संदर्भात

चर्चा करा:

१०

- (i) औषधे आणि जादू उपाय (आक्षेपार्ह जाहिराती) कायदा
किंवा
(ii) प्रतीक आणि नावे (अयोग्य वापर प्रतिबंधित) कायदा

प्र १ ब) मीडियाचे टीका करणे ही एक आव्हानात्मक कार्य आहे; या प्रकाशनात चर्चा करा:

०५

- (i) 'व्हॅन्स पॅकार्ड ह्यांचे विचार त्यांच्या काळाच्या पुढच्या होते'; प्रेरणा संशोधन मध्ये वैधता आणि
नैतिकता च्या प्रकाशनात चर्चा करा:
किंवा
(ii) सौंदर्य मिथक वर नाओमी वोलफने केलेली चर्चा.

प्र २ अ) कोणत्या हि क्षेत्रात व्यावसायिकता वाढविण्यासाठी नैतिकता आवश्यक आहे, याच्या संदर्भात

चर्चा करा.

०८

- (i) भारतीय जाहिरात प्रमाण मंडळ (ASCI)
किंवा
(ii) धार्मिक अल्पसंख्यकांना जाहिरात करणे

प्र २ ब १) माहिती तंत्रज्ञान कायद्यातील कलम 66 याचा संदर्भ घेत सायबर कायद्याचे महत्त्व काय ते स्पष्ट करा:

किंवा

०७

- २) न्यायालयाचा अवमान यातून तुम्हाला कोणता बोध होतो? माध्यमांच्या संदर्भातील उदाहरण देऊन
स्पष्ट करा.

प्र ३ अ) ग्राहकांसाठी प्रमाणीकीकरण ना चे महत्व स्पष्ट करा यासंदर्भात खालील मुद्द्यांची चर्चा करा

i) बी आय एस

किंवा

ii) आय एस ओ.

किंवा

ब) अनुचित व्यापार पद्धती म्हणजे काय? खालील संदर्भात चर्चा करा:

i) दृश्य विकृती विजवल दिस्टर्शन

किंवा

ii) खोट्या आणि दिशाभूल करणाऱ्या तुलना.

प्रश्न ४ अ) ग्राहकांच्या हितसंबंधांचे रक्षण करण्यासाठी गैर-सरकारी उपक्रमांची यादी करा. संदर्भानुसार समजावून

सांगा:

i) सीईआरसी

किंवा

ii) सीएफबीपी

प्रश्न ४ ब) जाहिरातींचे सामाजिक आर्थिक आक्षेप काय आहेत? याच्या संदर्भात स्पष्ट करा:

i) कृत्रिम गरजा तयार करणे

किंवा

ii) अपर्याप्त भावनांवर प्रीती करणे

प्रश्न ५) खालीलपैकी कोणत्याही तीन विषयांवर संक्षिप्त टिपा लिहा:

अ) भारतीय अन्न सुरक्षितता आणि मानांकने प्राधिकरण (एफ एस एस ए आय)

ब) सरकारी धोरणे आणि जाहिरात

क) संशोधनातील भ्रष्टाचार

ड) जाहिरातींची सामाजिक जबाबदारी

इ) सरोगेट जाहिराती

[Time: 2.30 Hours]

[Marks:75]

Please check whether you have got the right question paper.

- N.B:
1. All questions are compulsory
 2. Give **suitable** examples and diagrams /figures where necessary
 3. Use of **simple** calculator is **permitted**
 4. All questions carry **equal** marks

Q1. Prepare a Direct Marketing Plan for **ANY ONE** of the following **(15)**

- a. Bicycle
OR
- b. Restaurant
Keeping in mind the following
 - i. Product Offering
 - ii. Lead Generation
 - iii. Database Management
 - iv. Methodology or Channels used (e.g. Mailers, Sampling, DRTV etc.)

Q2. a. Calculate the lifetime value of Ms.Deepika Padukone as on 2014 from the following given data; **(15)**

Particulars	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sales	1,05,050	1,35,315	1,86,555	2,03,404	2,32,301	3,01,102
Direct Revenue	7,105	5,207	5,050	1,125	6,200	3,024
Referral	1,045	1,258	1,014	1,059	1,347	1,002
Bad Debts	3,201	955	6,504	4,013	5,007	2,020
Discount	4,020	8,150	5,014	1,020	2,003	1,245
Telemarketing	6,000	10,000	9,000	9,000	8,000	6,000

Note: 1. Figures are in Rupees

2. Rate of Interest on Loan is 10%

OR

- b. Define Integrated Marketing Communication (IMC). Explain its various tools. **(07)**
- c. Write a note on Telemarketing. **(08)**

Q3. Answer the following

- a. A catalogue is an important tool of Direct Marketing. Explain the various types of catalogues **(07)**
- b. What is Customer Relation Management (CRM)? Explain its features. **(08)**

OR

- c. Distinguish between Mass Marketing versus Direct Marketing **(07)**
- d. Explain the various principles of Direct Marketing **(08)**

Q4. Answer the following

- a. Database in-house or through a bureau. Explain **(07)**
- b. What is Direct Mail? State its advantages **(08)**

OR

- c. How is market segmentation used in Direct Marketing? (07)
- d. What are the various factors for the growth of Direct Marketing in future? (08)

Q5. Write Short Notes on (ANY THREE) (15)

- a. List Vendors
 - b. Approaches of Direct Marketing
 - c. Cross Selling and Up-selling
 - d. Infomercials
 - e. Direct Response Print Ad
-

कालावधी :- २.३० तास

गुण :- ७५

सूचना :

१. सर्व प्रश्न अनिवार्य आहेत
२. आवश्यकता वाटल्यास उदाहरणे द्यावीत, रेखाचित्रं रेखाटावी
३. साध्या कॅल्क्युलेटरच्या वापराने अनुमती
४. सर्व प्रश्नांना समान गुण आहेत

प्र. १) खालीलपैकी कोणत्याही एकासाठी प्रत्यक्ष विपणन आराखडा तयार करा :-

(१५)

i) सायकल

किंवा

रूपहारगृह (Restaurant)

त्यासाठी खालील गोष्टी विचारात घ्याव्यात :-

- 1 प्रॉडक्ट ऑफरिंग
- 2 लीड जनरेशन
- 3 डेटाबेस विकसित करणे
- 4 पध्दती-मिमांसा / विविध मार्ग (उ.दा. मेलर्स, सॅपलींग, DRTV इ.)

प्र.२) अ) खालील आकडेवारीच्या आधारे दीपिका पदुकोण हिचे २०१४ साठीचे

(१५)

आजीवन मूल्य काढा :-

Particulars	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sales	1,05,050	1,35,315	1,86,555	2,03,404	2,32,301	3,01,102
Direct Revenue	7,105	5,207	5,050	1,125	6,200	3,024
Referral	1,045	1,258	1,014	1,059	1,347	1,002
Bad Debts	3,201	955	6,504	4,013	5,007	2,020
Discount	4,020	8,150	5,014	1,020	2,003	1,245
Telemarketing	6,000	10,000	9,000	9,000	8,000	6,000

टीप: १) तक्त्यामधील सर्व आकडे रुपयांत २) व्याजदर १०%

किंवा

ब) IMC ची व्याख्या काय? प्रत्यक्ष विपणनकर्ता IMC मधील कोणती साधने वापरतो? (०७)

क) टेली-मार्केटींग वर टीप लिहा. (०८)

प्र.३) खालील उत्तरे लिहा :-

अ) 'कॅटलॉग' प्रत्यक्ष विपणनातील महत्वाचे साधन आहे. त्यांचे विविध प्रकार कोणते? (०७)

ब) ग्राहक नातेसंबंध व्यवस्थापन म्हणजे काय (CRM)? त्याची वैशिष्ट्ये सांगा. (०८)

किंवा

- क) Mass Marketing व Direct Marketing यात काय फरक आहे? (09)
- ड) प्रत्यक्ष विपणनाची विविध तत्वे सांगा (02)
- प्रश्न ४ खालील उत्तरे लिहा :-
- अ) इन हाऊस 'डेटाबेस' आणि ब्युरो डेटाबेस' स्पष्ट करा. (09)
- ब) डायरेक्ट मेल म्हणजे काय? त्याचे फायदे काय आहेत? (02)
- किंवा
- क) प्रत्यक्ष विपणनामध्ये बाजार विभाजनाचा (market segmentation) उपयोग कसा केला जातो? (09)
- ड) भविष्यात प्रत्यक्ष विपणन वाढीसाठी कोणते घटक कारणीभूत ठरू शकतील? (02)
- प्रश्न ५ टीपा लिहा (कोणत्याही तीन) (१५)
- अ) लीस्ट व्हेंडर
- ब) प्रत्यक्ष विपणन दृष्टीकोन
- क) Cross Selling and Up-selling
- ड) इन्फोर्मर्शियल
- इ) मुद्रित माध्यमातील जाहिरातींचा थेट प्रतिसाद

[Time: 2½ Hours]

[Marks:75]

- N.B: 1. All Questions are compulsory
2. Figures to the right indicates full marks.

1. a) An international sports equipment and accessories brand is trying to widen it's market in India by focusing mainly the youth. Suggest an appropriate research design and sampling method to facilitate their expansion plans. Explain the entire research process 15

OR

b) (i) Design a questionnaire for the launch of "Ola Restrooms". 8

(ii) "Online streaming is eventually killing the single screening theatres" Write a report analyzing the validity of the statement 7

2. a) Define Marketing Research? Point out the need and importance of marketing research 8

b) Explain the various method for conducting Pricing research 7

OR

2. a) What are the various ways to conduct copy research? 8

b) Write a detailed note on product research 7

3. a) Discuss any four methods of attitude measurements. 8

b) What are the various projective technique used in marketing research? 7

OR

3. a) Write a note on physiological testing 8

b) Elaborate Qualitative and Quantitative research with suitable example? 7

4. a) What are the various Pre-testing methods 8

b) Enumerate the role of neuroscience in advertising research 7

OR

4. a) What is Sampling? Elaborate probability sampling method 8

b) Write a detailed note on Branding research 7

5. Explain **Any 3** of the following 15

a) Hypothesis

b) Exploratory research

c) Focus group

d) Variables

e) Post testing

वेळ: २. ३० तास

एकूण गुण ७५

सूचना : १) सर्व प्रश्न सोडविणे आवश्यक आहे
२) उजवीकडील अंक गुण दर्शवतात

१(अ) क्रीडा साहित्याचे उत्पादन करणाऱ्या एका आंतरराष्ट्रीय कंपनीला भारतामध्ये विशेषता युवकांमध्ये आपली बाजारपेठ वाढवायची आहे त्यांच्या विस्तार.योजनेला अनुकूल असा संशोधन आराखडा आणि नमुना निवड पद्धत सुचवा. संशोधनाची एकूण प्रक्रिया स्पष्ट करा.

किंवा

ब. i). 'ओला रेस्टरूम' सुरू करण्यासाठीची सर्वेक्षण प्रश्नावली तयार करा

ii) 'ऑनलाइन स्ट्रीमिंग हे सिंगल स्क्रिनिंग थिएटरला मारक ठरत आहे' या विधानाचे विश्लेषण करणारा अहवाल लिहा

२ अ) विपणन संशोधन म्हणजे काय ? या विपणन संशोधनाचे महत्त्व विशद करा

ब) किंमत संशोधनाच्या विविध पद्धती स्पष्ट करा

किंवा

२ अ) कॉपी रिसर्चचे वेगवेगळ्या पद्धती स्पष्ट करा

ब) प्रॉडक्ट रिसर्चवर सखोल टिपण लिहा

३ अ) अभिवृत्ती मापनाच्या ४ पद्धतींची चर्चा करा

ब) विपणन संशोधनात वापरले जाणारे विविध प्रक्षेपण तंत्र काय आहेत ?

किंवा

३ अ) मानसशास्त्रीय चाचणी यावर टीप लिहा

ब) गुणात्मक आणि संख्यात्मक संशोधन सुयोग्य उदाहरणासहित स्पष्ट करा

४ अ) पूर्व-प्रसारण चाचणीच्या (प्री-टॅस्टिंग) विविध पद्धती काय आहेत ?

ब) जाहिरात संशोधानातील न्यूरोसायन्सची भूमिका स्पष्ट करा

किंवा

४ अ) नमूना निवड म्हणजे काय ? संभाव्यता नमूना पद्धत स्पष्ट करा

ब) ब्रँडिंग रिसर्च यावर सखोल टिपण लिहा

५ कोणत्याही तीन टिपा लिहा

१. गृहीतके
२. अन्वेषणात्मक किंवा प्रायोगिक संशोधन आराखडा
३. केन्द्रित गट
४. चल
५. प्रसारणोत्तर चाचणी (पोस्ट टेस्टिंग)

(2½ Hours)

[Total Marks: 75]

N.B. 1. All Questions are compulsory.

1. CASE STUDY:

15

Gillette’s newest standalone brand, GilletteLabs, which launched in September 2018, is taking a different approach to men’s shaving with the debut of its first product, a Rs150 heated razor. The razor will be sold at luxury retailer The Art of Shaving in all 100 locations and online beginning in May. This marks the first time the two Procter & Gamble-owned brands have paired up — Gillette products are typically sold in mass chains like Target and Walmart.

Client’s Brief: “Other brands care about doing cost-saving [tactics], but Gillette brings technology and understanding of the consumer together and adds up to a big difference.”

- a. Outline Communication Plan 5
- b. State the advertising objectives 4
- c. Create an advertising strategy using two IMC tools. 6

2. Answer the following:

- a. Explain the Frequency and Loyalty program 8
- b. Discuss various stages of client Agency Relationship. What are Factors affecting the Client-Agency relationship 7
- OR**
- c. Explain how advertising agencies does pitching for gaining new clients? 8
- d. Discuss various sources of Income for an Advertising agency. 7

3. Answer the following:

- a. Write a short note on CRM 8
- b. What is consumer oriented sales promotion? 7
- OR**
- c. Explain the Objectives of trade oriented Sales promotion 8
- d. Explain the Gaps model of Service Quality. 7

4. Answer the following:

- a. What are the various Types of Advertising Agencies 8
- b. Discuss Marketing Plan and its various steps. 7
- OR**
- c. Explain the importance of communication objective. Discuss DAGMAR Model. 8
- d. What are the various functions of an Advertising Agencies 7

5. Write short notes on any three of the following: (any 3)

15

- a. AIDA
- b. Role of Account planning in advertising.
- c. Business Plan
- d. Structure of an Advertising Agency
- e. Push and pull strategy

(2½ तास)

[एकूण गुण: 75]

1. CASE STUDY:

जिलेटचे नवीन स्टॅडअलोन ब्रँड, जिलेटॅक्स सप्टेंबर 2018 मध्ये लॉन्च झाले होते, त्यांच्या पहिल्या उत्पादनासाठी 150 डॉलरच्या रेझरसह पुरुषांच्या शेव्हिंगचा वेगळा दृष्टिकोन आजमावत आहे. मे महिन्यापासून हा रेझर किरकोळ विक्रेता "द आर्ट ऑफ शेव्हिंग" च्या 100 दालनातून आणि ऑनलाइन विकला जाईल. प्रोक्टर आणि गॅम्बलच्या मालकीच्या ब्रँडने बनविलेल्या दोन उत्पादनांनी पहिल्यांदाच हातमिळवणी केली आहे - जिलेट उत्पादने सामान्यतः लक्ष्य आणि वॉलमार्ट सारख्या मोठ्या साखळीत विकल्या जातात.

क्लायंट ब्रीफ : इतर ब्रँड्स खर्चात बचत करण्याविषयी [रणनीती] काळजी घेतात, परंतु जिलेट तंत्रज्ञान आणि ग्राहकांची उत्पदांनाविषयीची समज या गोष्टींना एकत्र आणते आणि हाच मोठा फरक आहे.

- अ. संवाद योजनेची रुपरेषा लिहा 5
 ब. जाहिरातीची उद्दिष्टे स्पष्ट करा 4
 क. कोणत्याही दोन एकत्रित विपणन संवाद साधनाच्या सहाय्याने जाहिरात रणनीती तयार करा 6

प्रश्न 2. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

- अ. ग्राहक-जाहिरात संस्था नातेसंबंध यावर भाष्य करा. ८
 ब. उपभोक्ता आधारित विक्री प्रोत्साहन म्हणजे काय ? ७
किंवा
 क. व्यापार आधारित विक्री प्रोत्साहन स्पष्ट करा. ८
 ड. सेवा दर्जाचे गॅप प्रतिमान स्पष्ट करा ७

प्रश्न 3. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

- अ. Frequency आणि Loyalty program स्पष्ट करा ८
 ब. ग्राहक जाहिरात नातेसंबंधातील विविध टप्पे कोणते? यावर परिणाम करणारे घटक कोणते? ७
किंवा
 क. जाहिरात संस्था पिचिंग करून नवे क्लायंट कसे मिळवतात हे स्पष्ट करा. ८
 ड. जाहिरात संस्थांचे उत्पन्नाचे विविध स्रोत कोणते ? ७

प्रश्न 4. खालील प्रश्नांची उत्तरे द्या.

- अ. जाहिरात संस्थांचे विविध प्रकार स्पष्ट करा. ८
 ब. विपणन योजना आणि त्याचे टप्पे यांची चर्चा करा. ७
किंवा
 क. संवादाच्या उद्दिष्टांचे महत्व स्पष्ट करा. डॅगमर प्रतिमानाची चर्चा करा. ८
 ड. जाहिरात संस्थेची विविध कार्ये कोणती ? ७

प्रश्न ५. टिपा द्या. (कोणतेही 3)

- अ. AIDA प्रतिमान १५
 ब. अकाऊंट प्लॅनरची जाहिरातीतील भूमिका
 क. व्यवसाय योजना
 ड. जाहिरात संस्थेची संघटन बांधणी (रचना)
 इ. Push आणि pull रणनीती