

S.Y.B.A.

Advertising

Type: MCQ

Q1. The fundamental purpose of advertising is to _____.

जाहिरातीचा मूलभूत हेतू म्हणजे _____.

- A. Inform customers/ ग्राहकांना माहिती देणे
- B. Make profit/ नफा कमविणे
- C. Make sales/ विक्री करणे
- D. persuade consumers/ ग्राहकांना पटवणे प्रश्न

Q2. _____ advertising is also known as retail advertising.

_____ जाहिरातींना किरकोळ जाहिरात म्हणून देखील ओळखले जाते.

- A. regional/ प्रादेशिक
- B. national/ राष्ट्रीय
- C. trade/ व्यापार
- D. local/ स्थानिक

Q3. _____ refers to the number and spread message outlets provided by the media vehicle. When the media vehicle provides large coverage.

_____ म्हणजे माध्यम वाहनाने मोठ्या प्रमाणात कव्हेरेज प्रदान करते तेव्हा माध्यम वाहनाद्वारे प्रदान केलेली संख्या आणि प्रसार संदेश पाठवते.

- A. Gross Rating Points/ एकूण रेटिंग पॉइंट्स
- B. TRP/ टीआरपी
- C. Coverage/ कव्हेरेज
- D. Media buying/ मीडिया खरेदी प्रश्न

Q4. A new approach to mobile content advertising is the use of _____.

मोबाइल सामग्री जाहिरात करण्याचा एक नवीन दृष्टीकोन म्हणजे _____ चा वापर.

- A. SMS/ एसएमएस
- B. Idle screen/ निष्क्रिय स्क्रीन
- C. Viral Marketing/ व्हायरल मार्केटिंग
- D. Broadcast Messaging/ ब्रॉडकास्ट संदेशन

Q5. The 2nd A in DAGMAR stands for "Defining Advertising Goals for Measured _____ Results."

डीएजीएमएआर मधील द्वितीय ए म्हणजे "मोजल्या गेलेल्या _____ निकालांसाठी जाहिरात लक्ष्यांची व्याख्या करणे."

- A. Appropriate/ योग्य
- B. Accumulated/ जमा

- C. Advertising/ जाहिरात
- D. Achievable/ प्राप्य प्रश्न

Q6. A _____ is the force for the satisfaction of which a customer purchases some goods and services.

एक _____ एक समाधान आहे ज्याच्या समाधानासाठी ग्राहक काही वस्तू आणि सेवा खरेदी करतो.

- A. **Buying motive/ हेतू विकत घेणे
- B. Consumer's psychology/ ग्राहकांचे मानसशास्त्र
- C. Desire/ इच्छा
- D. Demand/ मागणी

Q7. _____ is a working sketched plan showing the size, positions and colour weight values of the different elements that make up the complete advertisement.

_____ ही संपूर्ण कार्यपत्र तयार करणाऱ्या वेगवेगळ्या घटकांचे आकार, पोजिशन्स आणि रंगाचे वजन मूल्य दर्शविणारी एक कार्यरत रेखाटन योजना आहे.

- A. Ad copy/ अॅड कॉपी
- B. Layout/ लेआउट
- C. Editorial/ संपादकीय
- D. Illustration/ स्पष्टीकरण

Q8. At the stage of _____ the account executive invites the managing director of the client company to attend a meeting at which the scheme is presented in report form with a presentation of ideas in rough visual form.

_____ च्या टप्प्यावर खाते कार्यकारी ग्राहकांच्या कंपनीच्या व्यवस्थापकीय संचालकांना बैठकीस उपस्थित राहण्याचे आमंत्रण देतात ज्यामध्ये योजना अहवालाच्या स्वरूपात कल्पनांच्या सादरीकरणासह दृश्य स्वरूपात सादर केली जाते.

- A. Initial briefing/ आरंभिक ब्रीफिंग
- B. Contact report stage/ संपर्क अहवाल टप्पा
- C. Presentation to Client/ ग्राहकाला सादरीकरण
- D. Proposition/ प्रस्ताव

Q9. When an advertiser leaves one advertising agency, and shifts to another, this practice is termed as _____.

जेव्हा एखादा जाहिरातदार एक जाहिरात एजन्सी सोडतो आणि दुसऱ्याकडे जातो तेव्हा ही प्रथा _____

- A. competition advertising/ स्पर्धा जाहिरात
- B. rival advertising/ प्रतिस्पर्धी जाहिरात
- C. contract termination/ कराराची समाप्ती
- D. **client turnover/ ग्राहकांची उलाढाल

Q10. Waste in advertising refers to the _____.

जाहिरातीतील कचरा म्हणजे _____.

- A. unnecessary expenditure/ अनावश्यक खर्च
- B. use of wrong platform/ चुकीच्या व्यासपीठाचा वापर करणे
- C. lack of media planning/ मीडिया नियोजनाचा अभाव
- D. failure of the advertisement or campaign to achieve its desired objectives/ जाहिरात किंवा मोहिमेत अपयशी ठरणे.