

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:

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

Q2

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

OR

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

Q3.

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

OR

- Explain in detail some of the most successful campaigns on Facebook. 8
- 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.

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

OR

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

Q5. Short notes on: (any 3)

15

- Benefits of Off Page optimisation
- Copyright Act
- Crawler Based search engine
- Features of LinkedIn
- 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 महत्वाच्या 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

२ 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. किवर्ड ऑप्टिमायझेशन करताना घटक विचारात घेतले जातात? ७

3. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. इमेज ऑप्टिमायझेशन विस्तृत स्पष्ट करा.

८

ब. चांगल्या कंटेंट रायटरची भूमिका आणि जबाबदारी काय असते ?

७

किंवा

क. फेसबुकवरील काही सर्वात यशस्वी रणनीतींचा विस्तृत चर्चा करा

८

ड. सध्याच्या काळातील प्रसिद्ध ब्लॉग साइट्स कोणत्या ? ब्लॉग लिहिताना कोणती काळजी घ्यावी ?

ब्लॉग प्रमोट करण्यासाठी कोणत्या पायऱ्या आहेत ?

७

4. खालील प्रश्नांची उत्तरे लिहा

अ. चांगल्या वेबसाइट्सची वैशिष्ट्ये स्पष्ट करा.

८

ब. सर्च इंजिन अल्गोरिदम काय ते स्पष्ट करा.

७

किंवा

क. वेब ॲनालिटिक्सचे काही घटक विस्तृतपणे स्पष्ट करा.

८

ड. मोबाइल कंटेंट रायटिंगमध्ये समाविष्ट असलेल्या काय आहेत ?

७

5. खालीलपैकी कोणत्याही तीन टिपा लिहा

१५

अ. ऑफ पेज ओप्टिमायझेशनचे फायदे

ब. कॉपीराइट ॲक्ट

क. क्रॉलर आधारित सर्च इंजिन

ड. लिंकडीनची वैशिष्ट्ये

इ. मोबाइल मार्केटिंग
