

FYBMM
(M)

XY9AFZ

Vis Com
16/10/19
Max. Marks: 75 Marks

2

Max. Time : 2 1/2 hrs.

सूचना : सर्व प्रश्न सोडविणे अनिवार्य आहे.

उजवीकडील अंक दर्शवतात.

आवश्यक तेथे उदाहरणे द्या.

15

Q1) Case Study:

विविध कंपनी आता वस्तू विकण्यासाठी साधन म्हणून सोशल मार्केटींगचा वापर करित आहेत. प्रॉक्टर आणि गॅम्बल (P&G) कंपनीला आता टाईड या ब्रँडसाठी पाणी बचत सामाजिक जागरूकता जाहिरात तयार करायची आहे. या आधारावर पुढील उत्तर द्या:

- अ) व्हिज्युअल कम्युनिकेशन स्ट्रॅटेजी तयार करा. (३)
- ब) वरील धोरणावर आधारित दोन वृत्तपत्रांच्या जाहिराती (४)
- सी) व्हिज्युअल स्पष्टीकरणासह टीव्ही जाहिरातीची संकल्पना (४)
- ड) दोन कलर पोस्टर जाहिराती (४)

Q2)

- A) दृश्यात्मक संवाद म्हणजे काय? सांस्कृतिक उदाहरणासहीत चर्चा करा. (7)
- B) आधुनिक काळातील दृश्यात्मक संवादाचे महत्त्व स्पष्ट करा. (8)

OR

- C) दृश्यात्मक संवादाच्या सेन्सुअल आणि संवेदनाक्षम सिद्धांतावर वरचर्चा करा. (15)

Q.3)

- A) रंग म्हणजे काय ? विविध रंग आणि त्याचे अर्थ डिझायनरच्या दृष्टीकोनातून लिहा. (7)
- B) रंग आणि पॅकेजिंग यावर चर्चा करा. त्याचा मानवी मनावर होणारा परिणाम स्पष्ट करा. (8)

OR

- C) भारतीय संस्कृतीत चित्रकलेचे महत्त्व स्पष्ट करा. (15)

XY9AFZ

Q.4)

A)चित्रपटामध्ये दृश्यात्मक संवाद कसा महत्त्वाचा आहे ते स्पष्ट करा.

(7)

B)सामाजिक संवादासाठी डिजिटल संवादाचे महत्त्व स्पष्ट करा.?

(8)

OR

C) समाज माध्यम नैतिकता म्हणजे काय ? समाज माध्यमांवरील दृश्यात्मक साधनांवर चर्चा करा. (15)

(15)

Q.5) टिपा लिहा (कोणत्याही ३)

1. चिन्हे

2. ईमोजी

3. वेबपेज आणि दृश्यात्मक संवाद

4. व्हिज्युअल पाथ

5. CMYK/RGB