

This question paper contains 4+1 printed pages]

Your Roll No.

343

B.A. Prog./II

E

ADVERTISING, SALES PROMOTION AND MANAGEMENT

Paper II : Advertising

(Admissions of 2004 and onwards)

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 75

(Write your Roll No on the top immediately on receipt of this question paper.)

Note :— Answers may be written *either* in English *or* in Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

टिप्पणी : इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिन्दी किसी एक भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

Attempt *All* questions.

All questions carry equal marks.

सभी प्रश्न कीजिए ।

सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।

P.T.O.

1. (a) Explain the communication objectives of advertising.

(b) What is the audience selection ? Explain its role.

(क) विज्ञापन के संचार संबंधी उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए ।

(ख) श्रोता चयन क्या होता है ? इसकी भूमिका की व्याख्या कीजिए ।

2. What are the components of an advertising copy for print media ?

प्रिंट माध्यम के लिए विज्ञापन प्रति के घटक क्या हैं ?

Or

(अथवा)

What factors are to be considered in selecting an advertising copy ?

विज्ञापन प्रति चुनने में किन कारकों पर विचार करना चाहिए ?

3. Suppose you are the marketing manager of an organization selling heavy machinery for producing specialized products. Which media would you choose for advertising the product and why ? What other promotional methods would you recommend ?

मान लीजिए कि आप एक संगठन के विपणन प्रबंधक हैं जो विशेषीकृत उत्पादों को उत्पन्न करने के लिए भारी मशीनरी को बेचती है । इस उत्पाद के विज्ञापन के लिए आप किस माध्यम को चुनेंगे और क्यों ? आप कौनसी अन्य संवर्धन विधियों की सिफारिश करेंगे ?

Or

(अथवा)

Explain the factors that influence the choice of suitable advertising media.

उपयुक्त विज्ञापन माध्यम के चरण को प्रभावित करने वाले कारकों की व्याख्या कीजिए ।

4. "One of the essential steps in advertising management is to measure the effectiveness of an advertisement." Why do some advertisers not measure advertising effectiveness ?

"विज्ञापन प्रबंधन से संबंधित अनिवार्य कदमों में से एक विज्ञापन की प्रभावशीलता को मापना है ।" क्या कारण है कि कुछ विज्ञापन-दाता विज्ञापन की प्रभावशीलता को नहीं मापते हैं ?

Or

(अथवा)

"While measuring advertisement effectiveness both communication effects and sales effects should be judged."

Explain.

"विज्ञापन की प्रभावशीलता को मापते समय संचार के प्रभावों और बिक्री के प्रभावों को जाँचना चाहिए ।" व्याख्या कीजिए ।

5. Write short notes on any *three* :

- (a) Agency-client relationship
- (b) Functions and organization of an advertising department
- (c) Media scheduling
- (d) Advertising media for rural markets
- (e) Setting of advertising budgets.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

- (क) एजेन्सी-ग्राहक संबंध
- (ख) विज्ञापन विभाग के कार्य और संगठन
- (ग) माध्यम की अनुसूची बनाना
- (घ) ग्रामीण बाजारों के लिए विज्ञापन माध्यम
- (ङ) विज्ञापन बजटों को तय करना ।