

This question paper contains 4+2 printed pages]

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 8137

Unique Paper Code : 241351

C

Name of the Paper : Advertising, Sales Promotion and Sales
Management (ASPM)

Name of the Course : B.A. (Prog.) Part II : Advertising

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

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

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।)

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।

All questions are compulsory.

All questions of each section (A, B and C) should be attempted together.

सभी प्रश्नों को कीजिए।

प्रत्येक खंड के सभी प्रश्नों ('क', 'ख' और 'ग') के उत्तर एक ही साथ दीजिए।

Section A

(खंड 'क')

1. (a) Evaluate sales as an advertising objective.

5

P.T.O.

(b) Explain with the help of examples, the various communication objectives of advertising. 10

(क) विज्ञापन उद्देश्य के रूप में बिक्री का मूल्यांकन कीजिए।

(ख) उदाहरणों की मदद से विज्ञापन के विभिन्न संचार उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए।

Or

(अथवा)

Define Advertising. Discuss its significance for marketers, consumers and society in general. 5+10

विज्ञापन की परिभाषा दीजिए। विपणनकर्ताओं, उपभोक्ताओं और सामान्यतः समाज के लिए इसके महत्त्व की विवेचना कीजिए।

Section B

(खंड 'ख')

2. (a) Discuss the message decisions that an advertiser has to take. 10
- (b) What type of an endorser would you recommend for the following products ? 1×5
- (i) Health drinks
 - (ii) Beauty soaps
 - (iii) Life insurance
 - (iv) Mobile phones
 - (v) Cough syrup.

(क) संदेश संबंधी निर्णयों की विवेचना कीजिए जिन्हें विज्ञापनदाता को लेने पड़ते हैं।

(ख) निम्नलिखित उत्पादों के लिए आप किस-किसम के पृष्ठांकनकर्ता की सिफारिश करेंगे ?

(i) स्वास्थ्य पेय

(ii) सुन्दरता साबुन

(iii) जीवन बीमा

(iv) मोबाइल फोन

(v) कफ सिरप।

Or

(अथवा)

Explain the meaning of the following terms with proper examples :

3×5

(a) Layout of a print advertisement

(b) Jingles and Illustrations

(c) Headlines and Copy

(d) Emotional appeals.

(e) Moral appeals.

उपयुक्त उदाहरण देकर निम्नलिखित पदों का अर्थ समझाइए :

(क) प्रिंट विज्ञापन का लेआउट

(ख) जिगल्स तथा चित्र निरूपण

(ग) शीर्ष पंक्तियाँ तथा कॉपी

(घ) संवेगात्मक अपीलें

(ङ) नैतिक अपीलें।

3. Explain the term media plans. Discuss the decisions to be taken while formulating the media plan of an organization. 2+13

माध्यम योजना पद की व्याख्या कीजिए। संगठन की माध्यम योजना को सूत्रबद्ध करते समय लिए जाने वाले निर्णयों की विवेचना कीजिए।

Or

(अथवा)

Write short notes on :

5×3

(a) Frequency, Reach and Impact

(b) Scheduling patterns

(c) Strengths and Limitations of Television as an advertising medium.

निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) आवृत्ति, पहुँच और प्रभाव

(ख) अनुसूची-प्रतिरूप

(ग) विज्ञापन माध्यम के रूप में टेलीविजन की शक्तियाँ तथा सीमाएँ।

Section C

(खंड 'ग')

4. What is an advertising agency ? Discuss the various functions performed by it. 5+10

विज्ञापन एजेंसी क्या होती है ? इसके द्वारा निष्पादित विभिन्न कार्यों की विवेचना कीजिए।

Or

(अथवा)

Write short notes on :

3×5

(a) Creative boutique

(b) Client-Agency relationship

(c) Advantages and Disadvantages of in-house agency.

निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(क) सृजनात्मक बुटीक

(ख) ग्राहक-एजेंसी संबंध

(ग) घर से एजेंसी चलाने के लाभ और हानियाँ।

5. What do you understand by advertising effectiveness ? Why is it important to measure it ?

Briefly write about the problems generally faced while measuring advertising effectiveness. 5+5+5

विज्ञापन की प्रभावशीलता से आप क्या समझते हैं ? इसे मापना क्यों महत्वपूर्ण होता है ?

विज्ञापन प्रभावशीलता को मापते समय सामने आने वाली सामान्य समस्याओं का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

Or

(अथवा)

Discuss the important ways to evaluate :

7.5+7.5

(a) The sales effect of advertising

(b) The communication effect of advertising.

निम्नलिखित का मूल्यांकन करने के महत्त्वपूर्ण तरीकों की विवेचना कीजिए :

(क) विज्ञापन का बिक्री-प्रभाव

(ख) विज्ञापन का संचार-प्रभाव।