

[This question paper contains 6 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 204

G

Your Roll No.....

Unique Paper Code : 241351

Name of the Paper : Advertising

Name of the Course : B.A. (Prog.) Advertising, Sales Promotion & Sales Management

Semester : III

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

**Instructions for Candidates**

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt **all** questions.
3. **All** questions carry equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

**छात्रों के लिए निर्देश**

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए ।
2. सभी प्रश्न कीजिए ।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए ।

1. (a) "Advertising costs too much. The crores of rupees spent annually on advertising could be put to better use". Do you agree or disagree ? Why ? (8)
- (b) Give your opinion about the 'Shubh aarambh' advertisements for Cadbury's dairy chocolate created by Ogilvy and Mather ? (7)

P.T.O.

OR

- (c) "Advertising has helped the Indian economy to a great extent in growing at a faster rate", give your perspective of the statement ? (7)
- (d) By giving examples of advertisements explain the following types of ads ?
- (i) Consumer Advertising
  - (ii) Surrogate advertising
  - (iii) Institutional advertising
  - (iv) Teaser advertising (8)

- (क) "विज्ञापन लागत बहुत अधिक होती है। विज्ञापनों पर करोड़ों के वार्षिक खर्च का बेहतर उपयोग किया जा सकता है।" आप इससे सहमत हैं या असहमत ? क्यों ?
- (ख) ऑगिल्वी और माथेर द्वारा बनाए गए कैडबरी डेयरी चॉकलेट के विज्ञापनों 'शुभ आरंभ' के बारे में अपनी राय दीजिए।

अथवा

- (ग) "विज्ञापनों ने भारतीय अर्थव्यवस्था की वृद्धि की दर को तीव्र करने में काफी हद तक मदद की है।" इस कथन पर अपना परिप्रेक्ष्य प्रस्तुत कीजिए।
- (घ) विज्ञापनों के उदाहरण देते हुए निम्नलिखित प्रकार के विज्ञापनों को स्पष्ट कीजिए -
- (i) उपभोक्ता विज्ञापन
  - (ii) सरोगेट (Surrogate) विज्ञापन
  - (iii) संस्थागत विज्ञापन
  - (iv) उत्सुकताजनक विज्ञापन

2. (a) Define communication and sales objectives of advertising ? (7)
- (b) Explain the various methods of deciding advertising budget. (8)

**OR**

- (c) Identify the type of advertising in the following cases. Mention the reasons for classifying them :
- (i) 'Pulse Polio' campaign by the Government of India.
- (ii) An advertisement by TVS Scooty Zest 110 as 'Best of both worlds'.
- (iii) An advertisement by ICICI Bank as "Khyal Apka".
- (iv) An advertisement by Seagram CD/DVD advertisement "Men will be Men".
- (v) Kerala's "God's Own Country" campaign. (10)
- (d) Explain the various types of Appeals that are used by advertisers to arouse consumer interest. Give example. (5)

- (क) विज्ञापन के संप्रेषण और विक्रय उद्देश्यों को परिभाषित कीजिए ।
- (ख) विज्ञापन बजट को निश्चित करने की विभिन्न विधियों को स्पष्ट कीजिए ।

**अथवा**

- (ग) निम्नलिखित मामलों में विज्ञापनों के प्रकार की पहचान कीजिए । उनके वर्गीकरण के कारणों का उल्लेख कीजिए ।
- (i) भारत सरकार द्वारा 'पल्स पोलियो' अभियान
- (ii) TVS Scooty Zest 110 द्वारा 'Best of Both Worlds' विज्ञापन
- (iii) ICICI बैंक का 'ख्याल आपका' विज्ञापन

(iv) Seagram CD/DVD विज्ञापन 'Men will be men'

(v) केरल का 'Gods Own Country' अभियान

(घ) उपभोक्ता अभिरुचि को जागृत करने में विज्ञापनदाताओं द्वारा प्रयुक्त विभिन्न प्रकार की अपीलों को स्पष्ट कीजिए। उदाहरण दीजिए।

3. Explain the importance and role played by the following for an advertising copy with the help of examples :

(i) Headline

(ii) Illustration

(iii) Slogan

(iv) Testimonials

(v) Colour

(15)

**OR**

(a) What factors determine the choice of an appropriate media for advertising ? (8)

(b) What factors would you consider in preparing an advertising copy for radio ? (7)

उदाहरणों की सहायता से विज्ञापन वृत्त के लिए निम्नलिखित के महत्त्व और भूमिका को स्पष्ट कीजिए :

(i) शीर्षपंक्ति

(ii) निदर्शन

(iii) स्लोगन

(iv) शंसापत्र

(v) रंग

अथवा

- (क) कौन-से कारक विज्ञापन के लिए उपयुक्त माध्यम के चयन का निर्धारण करते हैं ?
- (ख) रेडियों के लिए विज्ञापन वृत्त तैयार करते समय आप किन कारकों को ध्यान में रखेंगे ?

4. (a) Explain the term media plans. Discuss the decisions that need to be taken while formulating the media plan of an organization ? (8)
- (b) Discuss various factors affecting media scheduling decisions. (7)

OR

What is an advertising agency ? Discuss the various functions performed by it ? Also mention the difference between full service agency and a limited service agency ? (15)

- (क) मीडिया योजनाओं पर पद को स्पष्ट कीजिए । किसी संगठन की मीडिया योजना बनाते समय लिए जाने वाले निर्णयों का विवेचन कीजिए ।
- (ख) मीडिया शेड्यूलिंग निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों का विवेचन कीजिए ।

अथवा

विज्ञापन अभिकरण (एजेंसी) क्या होती है ? उसके द्वारा निष्पादित विभिन्न प्रकारों का विवेचन कीजिए । पूर्ण सेवा अभिकरण और सीमित सेवा अभिकरण में अंतर का उल्लेख भी कीजिए ।

5. Write short notes on any two of the following :
- (a) Agency-client relationship
- (b) Role of ASCI in regulating advertising in India
- (c) Advertising media for rural markets
- (d) Methods of measuring advertising effectiveness (15)

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

- (क) अभिकरण - ग्राहक संबंध
- (ख) भारत में विज्ञापन विनियमन में ASCI की भूमिका
- (ग) ग्रामीण बाजारों के लिए विज्ञापन माध्यम
- (घ) विज्ञापन प्रभावता के मापन की विधियाँ