

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 205

G

Your Roll No.....

Unique Paper Code : 241351

Name of the Paper : 2(a) Advertising

Name of the Course : B.A. (Prog) A.S.P.M.

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 प्रश्नों के उत्तर दीजिये।
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) What is Advertising? Explain the importance of advertising to business and customers? (8)
- (b) Explain the types of appeals which can be used in an advertising copy. (7)
- (क) विज्ञापन क्या है? व्यापारों एवं ग्राहकों के लिए विज्ञापन के महत्व की चर्चा कीजिए।

P.T.O.

(ख) विज्ञापन कॉपी (ऐडवर्टाइजिंग कॉपी) में प्रयोग की जा सकने वाली अपीलों के प्रकारों की व्याख्या कीजिए।

OR

Distinguish between any two of the following: (7.5×2)

- (a) Product advertising and Services Advertising
- (b) Television and Print media for advertisement
- (c) Advertising and publicity

निम्नलिखित में से किन्हीं दो के बीच अंतर बताइए:

- (क) उत्पाद विज्ञापन एवं सेवा विज्ञापन।
- (ख) विज्ञापन के लिए टेलीविज़न एवं प्रिंट मीडिया।
- (ग) विज्ञापन एवं प्रचार।

2. (a) What are the factors that have to be considered by an advertiser for setting an advertising budget? (8)
- (b) Explain sales and communication objectives of advertising? (7)
- (क) विज्ञापन बजट को निर्धारित करने के लिए विज्ञापनकर्ता द्वारा किन कारकों को ध्यान में रखा जाना चाहिए?
- (ख) विज्ञापन के बिक्री एवं संचार उद्देश्य?

OR

- (a) What is an advertising budget? Explain the various methods of setting an advertising budget? (8)
- (b) Briefly explain the elements of a broadcast copy for television? (7)
- (क) विज्ञापन बजट क्या है? विज्ञापन बजट निर्धारित करने की विभिन्न पद्धतियों की व्याख्या कीजिए?
- (ख) टेलीविज़न की ब्राडकास्ट कॉपी के तत्वों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

3. (a) What do you mean by the term "Media Planning"? What are the various decisions that should be taken to draw the media plan of an organization? (8)
- (b) Define Media Scheduling. Discuss various factors affecting media scheduling decisions? (7)
- (क) "मीडिया प्लानिंग" शब्द से आप क्या समझते हैं? किसी संगठन का मीडिया प्लान बनाने के लिए कौन-से विभिन्न निर्णय लिए जाने चाहिए?
- (ख) मीडिया शिड्यूलिंग को परिभाषित कीजिए। मीडिया शिड्यूलिंग निर्णयों को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की चर्चा कीजिए?

OR

- (a) What is an advertising agency? Explain the difference between full service agency and a limited service agency? (8)
- (b) Explain the concept of 'headline' in an advertising message. Make a headline for a print copy advertisement for the following products: (3.5×2=7)
1. Refrigerator
 2. Mobile phone.
- (क) विज्ञापन एजेंसी क्या है? पूर्ण सेवा एजेंसी एवं सीमित सेवा एजेंसी के बीच अंतर की व्याख्या कीजिए?
- (ख) विज्ञापन संदेश में हेडलाइन की अवधारणा की व्याख्या कीजिए। निम्नलिखित उत्पादों के लिए प्रिंट कॉपी विज्ञापन हेतु हेडलाइन बनाइए:
1. रेफ्रिजरेटर
 2. मोबाइल फोन
4. (a) John Wanamaker said, "*Half the money I spend on advertising is wasted. The trouble is, I don't know which half*" In the light of this statement explain the role of the evaluating advertising effectiveness. (8)
- (b) What are the various methods of measuring advertising effectiveness? Explain. (7)
- (क) जोन वानामेकर ने कहा, "विज्ञापन पर व्यय किया जाने वाला मेरा आधा पैसा व्यर्थ हो जाता है, समस्या यह है कि मैं यह जान नहीं पाता कि वह आधा भाग कौन सा है", इस कथन के प्रकाश में विज्ञापन प्रभावशीलता के मूल्यांकन की भूमिका की व्याख्या कीजिए।

(ख) विज्ञापन की प्रभावशीलता का मापन करने की विभिन्न पद्धतियाँ कौन-सी हैं? व्याख्या कीजिए।

OR

(a) "India lives in its villages". In the light of this statement explain the media tools which can be used to reach the rural population in India? (8)

(b) Explain the legal provisions for the protection of consumers against misleading advertisements (7)

(क) "भारत अपने गाँवों में निवास करता है"। इस कथन के प्रकाश में भारत में ग्रामीण जनसंख्या तक पहुँचने के लिए प्रयोग किए जा सकने वाले मीडिया साधनों की व्याख्या कीजिए।

(ख) उपभोक्ताओं को भ्रमित करने वाले विज्ञापनों से बचाने के लिए विधिक प्रावधानों की व्याख्या कीजिए।

5. (a) Explain the social and ethical issues in advertising. (7)

(b) What do you understand by media scheduling? Explain the factors which influence media schedule. (8)

(क) विज्ञापन में निहित महत्वपूर्ण सामाजिक एवं नैतिक मुद्दों की व्याख्या कीजिए।

(ख) मीडिया शिडयूलींग से आप क्या समझते हैं। मीडिया शिडडूल को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों की व्याख्या कीजिए?

OR

Write a detailed notes on any two of the following: (7.5×2=15)

(a) DAGMAR approach

(b) Continuity scheduling and Fighting scheduling patterns

(c) Radio advertising.

निम्नलिखित में से किन्हीं दो पर विस्तृत टिप्पणियाँ लिखिए:

(क) DAGMAR दृष्टिकोण।

(ख) कॉन्टिन्युटी शिडयूलींग एवं फाइटींग शिडयूलींग पैटर्न।

(ग) रेडियो विज्ञापन।

(200)