

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 2302 GC-3 Your Roll No.....

Unique Paper Code : 62414310

Name of the Paper : Advertising

Name of the Course : BA (Prog.) Advertising, Sales Promotion and Sales Management - CBCS

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** the questions.
3. **All** questions carry equal marks.
4. **All** questions from each section should be attempted together at one place.
5. 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. प्रत्येक भाग का सभी प्रश्नों के उत्तर एक साथ दीजिए।
5. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

P.T.O.

1. (a) "Advertising is one of the most important promotional tools used by marketers to fight the intensive competition prevailing in the markets." Do you agree with the statement? Explain in the light of the importance of advertising for the producers and the consumers. (8)
- (b) Define the various types of advertising based on the target audience to which they are directed. (7)
- (क) 'विज्ञापन, बाजार में व्याप्त कड़ी प्रतिस्पर्धा का मुकाबला करने के लिए मार्केटर्स द्वारा उपयोग किए जाने वाले सबसे महत्वपूर्ण प्रचार साधनों में से एक है' क्या आप इस कथन से सहमत हैं? उत्पादकों और उपभोक्ताओं के लिए विज्ञापन के महत्व पर प्रकाश डालिए।
- (ख) लक्षित दर्शकों के प्रति निर्देशित विज्ञापनों के आधार पर विज्ञापन के विभिन्न प्रकार परिभाषित करें।

**OR**

- (a) "Advertising is one of the most criticized tool of promotion," do you agree, explain in the light of the various social, cultural and ethical implications of advertising. (8)
  - (b) Explain the various types of appeals used in advertising with suitable examples. (7)
  - (क) "विज्ञापन प्रमोशन का वह साधन है जिसकी सर्वाधिक आलोचना होती है" क्या आप इससे सहमत हैं? विज्ञापन के विभिन्न सामाजिक, सांस्कृतिक और नैतिक प्रभावों के आलोक में इसे समझाएं।
  - (ख) उपयुक्त उदाहरण के साथ विज्ञापन में प्रयुक्त विभिन्न प्रकार की 'अपील' (appeal) की व्याख्या करें।
2. (a) Should profit be the only objective of advertising? What are the various types of objectives followed by advertisers? (7)
  - (b) Out of the various approaches to budgeting, which one would you recommend for used by manufacturers of a luxury car and a new mobile phone? Why? (8)
  - (क) क्या लाभ विज्ञापन का एकमात्र उद्देश्य होना चाहिए? विज्ञापनकर्ताओं द्वारा अनुसरण किये जाने वाले विभिन्न प्रकार के उद्देश्य कौन-से हैं?
  - (ख) लक्जरी कार और नए मोबाइल फोन के निर्माताओं द्वारा इस्तेमाल के लिए बजटिंग के विभिन्न दृष्टिकोणों में से आप किस एक की सिफारिश करेंगे? क्यों?

OR

- (a) Define Colley's approach to setting the advertising goals. How can it be implemented effectively? (7)
- (b) What are the various factors taken into consideration by markets for finalising the advertising budget? How is the budget allocated under various heads? (8)
- (क) विज्ञापन लक्ष्य निर्धारित करने के कोले का दृष्टिकोण को परिभाषित करें। इसे किस प्रकार प्रभावी ढंग से लागू किया जा सकता है?
- (ख) विज्ञापन बजट को अंतिम रूप देने के लिए मार्केट द्वारा ध्यान में रखे जाने वाले विभिन्न कारक कौन-से हैं? किस प्रकार विभिन्न शीर्षकों के अंतर्गत बजट आवंटित किया जाता है?
3. (a) Define the concept of media-planning. what are the various objectives taken into consideration by media planners? (8)
- (b) What are the various elements of a print copy? Explain briefly with suitable examples. (7)
- (क) मीडिया-प्लानिंग की अवधारणा परिभाषित करें। मीडिया योजनाकारों द्वारा ध्यान में रखे जाने वाले विभिन्न उद्देश्य क्या हैं?
- (ख) प्रिंट कॉपी के विभिन्न तत्व क्या हैं? उपयुक्त उदाहरणों के साथ संक्षेप में समझाएं।

OR

- (a) Why is media-planning important? Explain the process of media planning with suitable examples. (8)
- (b) How is designing an effective layout important for an advertisement? Define the various principles of an effective layouts. (7)
- (क) मीडिया-प्लानिंग क्यों महत्वपूर्ण है? उपयुक्त उदाहरणों के साथ मीडिया-प्लानिंग की प्रक्रिया समझाएं।
- (ख) प्रभावी लेआउट की डिजाइनिंग विज्ञापन के लिए किस प्रकार महत्वपूर्ण है? प्रभावी लेआउट के विभिन्न सिद्धांत परिभाषित करें।
4. (a) Differentiate between pre-testing and post-testing of advertisements. What are the different ways in which consumer jury test can be conducted? (7)
- (b) Why should an organization opt for going to an ad-agency rather than maintaining their own advertising department? What are the various functions being performed by a full service ad-agency? (8)

P.T.O.

- (क) विज्ञापनों के पूर्व-परीक्षण (pre-testing) और उत्तर-परीक्षण (post-testing) के बीच अंतर बताएं। वे विभिन्न तरीके क्या हैं जिनमें उपभोक्ता ज्यूरी परीक्षण किया जा सकता है?
- (ख) किसी संस्था या संगठन को अपना विज्ञापन विभाग रखने की बजाय विज्ञापन एजेंसी का विकल्प क्यों चुनना चाहिए? सभी प्रकार की सेवा देने वाली विज्ञापन एजेंसी (full service ad-agency) द्वारा संपन्न किए जाने वाले विभिन्न कार्य क्या हैं?

OR

- (a) Should a marketer test communication effect or the sales effect of advertisements? How can recall test and recognition test help marketers in measuring the effectiveness of advertising? (8)
- (b) Explain the problem of client turnover. How can this problem be reduced to the minimum and agency and client can ensure cordial relationship? (7)
- (क) क्या एक मार्केटर को विज्ञापनों के संचार प्रभाव या बिक्री प्रभाव का परीक्षण करना चाहिए? विज्ञापन की प्रभावकारिता का मापन करने में स्मरण परीक्षण (recall test) और मान्यता परीक्षण (recognition test) किस प्रकार मार्केटर की मदद कर सकते हैं?
- (ख) क्लाइंट टर्नओवर की समस्या समझाएं। यह समस्या न्यूनतम कैसे कम की जा सकती है और किस प्रकार एजेंसी और क्लाइंट सौहार्दपूर्ण संबंध सुनिश्चित कर सकते हैं?

5. Write short notes on any three of the following: (5,5,5)

- (i) Internet as an emerging medium
- (ii) Types of copy
- (iii) Essentials for designing an effective television commercial
- (iv) Types of ad agencies
- (v) Advertising standards council of india

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखें:

- (i) इंटरनेट एक उभरता माध्यम
- (ii) कॉपी के प्रकार
- (iii) प्रभावी टेलीविजन विज्ञापन डिजाइन करने की आवश्यक तत्व
- (iv) विज्ञापन एजेंसियों के प्रकार
- (v) भारतीय विज्ञापन मानक परिषद