

[This question paper contains 4 printed pages.]

Sr. No. of Question Paper : 2303 GC-3 Your Roll No.....

Unique Paper Code : 62414310

Name of the Paper : Advertising

Name of the Course : B.A. (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** 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.
5. All questions from each section should be attempted together at one place.

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।
5. सभी प्रश्नों के प्रत्येक खण्ड का उत्तर एक साथ एक ही स्थान पर दीजिए।

1. (a) Describe the functions and scope of advertising. (8)

(b) Define the various types of advertising based on the media used to deliver the message and their geographical coverage. (7)

P.T.O.

- (क) विज्ञापन के कार्यों एवं कार्यक्षेत्र की व्याख्या कीजिए।
- (ख) सदेश संप्रेषित करने के लिए उपयोग किए गए मीडिया एवं और उनकी भौगोलिक कवरेज के आधार पर विज्ञापन के विभिन्न प्रकारों को परिभाषित कीजिए।

OR

- (a) Differentiate between rational and emotional appeals. Which one should be preferred and why? (5+3)
- (b) "Advertising is an investment and not an expenditure." Do you agree with the statement? Give reasons. (7)
- (क) तर्कसंगत एवं भावनात्मक अपील के बीच भेद कीजिए। किसे वरीयता दी जानी चाहिए एवं क्यों?
- (ख) "विज्ञापन एक निवेश है, यह व्यय नहीं है।" क्या आप इस कथन से सहमत हैं? कारण दीजिए।
2. (a) Discuss various advertising objectives in terms of communication task. (8)
- (b) Explain briefly any four methods of setting advertising budget with their advantages and limitations. (7)
- (क) संचार कार्य के संदर्भ में विभिन्न विज्ञापन उद्देश्यों पर चर्चा कीजिए।
- (ख) विज्ञापन बजट नियत करने की किन्हीं चार विधियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए, साथ ही उनके लाभ एवं सीमाएँ बताइए।

OR

- (a) What do you mean by advertising objectives? Why is it important to set advertising objectives? (7)
- (b) What is advertising budget? What is the process of setting advertising budget? (8)
- (क) विज्ञापन उद्देश्यों से आप क्या समझते हैं? विज्ञापन उद्देश्यों को नियत करना क्यों महत्वपूर्ण है?
- (ख) विज्ञापन बजट क्या है? विज्ञापन बजट नियत करने की प्रक्रिया क्या है?

3. (a) Examine the feasibility and suitability of a media plan which aims to provide maximum reach, maximum frequency and maximum continuity. (8)
- (b) What are the various types of a television commercial? Explain briefly various essentials for effective television commercials with suitable example. (7)
- (क) अधिकतम पहुंच, अधिकतम आवृत्ति और अधिकतम निरंतरता प्रदान करने का लक्ष्य रखने वाली मीडिया योजना की व्यवहार्यता एवं उपयुक्तता का परीक्षण कीजिए।
- (ख) टेलीविजन विज्ञापन के विभिन्न प्रकार क्या हैं? प्रभावी टीवी विज्ञापनों के लिए विभिन्न अनिवार्यताओं की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

OR

- (a) Describe any three popular medias with their merits and demerits. (8)
- (b) What do you understand by effective layouts? Discuss its importance and principles. (2+5)
- (क) किन्हीं तीन लोकप्रिय मीडिया की उनके गुणों एवं अवगुणों सहित व्याख्या कीजिए।
- (ख) प्रभावी विन्यास से आप क्या समझते हैं? इसके महत्व एवं सिद्धांतों की चर्चा कीजिए।
4. (a) Is it necessary to measure the effectiveness of advertising? What are the objectives of measuring effectiveness of advertising? (7)
- (b) What is an advertising agency? Discuss its various types. (8)
- (क) क्या विज्ञापन की प्रभाविता का मापन आवश्यक है? विज्ञापन की प्रभाविता का मापन करने के उद्देश्य क्या हैं?
- (ख) विज्ञापन एजेंसी क्या है? इसके विभिन्न प्रकारों की चर्चा कीजिए।

OR

- (a) Briefly explain various methods of measuring communication effects of advertising. (8)

(b) What factors should be kept in mind while selecting and advertising agency?
(7)

(क) विज्ञापन के संचार प्रभावों का मापन करने की विभिन्न विधियों की संक्षेप में व्याख्या कीजिए।

(ख) विज्ञापन एजेंसी का चयन करते समय किन कारकों को ध्यान में रखा जाना चाहिए?

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

(i) Media scheduling

(ii) Factors influencing the choice of media-mix

(iii) Recent trends in advertising

(iv) Media buying agency

(v) Deceptive advertising and Surrogate advertising.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर लघु टिप्पणियाँ लिखिए:

(i) मीडिया शिड्यूलिंग

(ii) मीडिया-मिश्र के चयन को प्रभावित करने वाले कारक

(iii) विज्ञापन में हाल ही के प्रचलन

(iv) मीडिया खरीद एजेंसी

(v) भ्रामक विज्ञापन और सरोगेट विज्ञापन।