

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 6258

G

Unique Paper Code : 62414310

Name of the Paper : Advertising

Name of the Course : BA (P)

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. 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 ।

P.T.O.

2. सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
3. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।
4. प्रत्येक अनुभाग के सभी प्रश्नों को एक ही स्थान पर एक साथ हल करना चाहिए ।
5. 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 is defined as paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods, services by an identified sponsor." Explain the statement. Also discuss the indispensable role of advertising. (8)

(b) Explain the various types of appeals that are used by advertisers to arouse consumer interest. Give examples. (7)

Or

(a) What is an advertising copy. Explain the various types of advertising copies. (8)

(b) What do you mean by media scheduling? What are the various scheduling methods that an advertiser may choose from for advertising his product? (7)

(क) “विज्ञापन को एक पहचाने गए प्रायोजक द्वारा विचारों, वस्तुओं, सेवाओं की गैर-व्यक्तिगत प्रस्तुति और प्रचार के भुगतान किए गए रूप के रूप में परिभाषित किया गया है।” कथन स्पष्ट कीजिए। विज्ञापन की अपरिहार्य भूमिका पर भी चर्चा कीजिए।

(ख) उपभोक्ता की रुचि जगाने के लिए विज्ञापनदाताओं द्वारा उपयोग की जाने वाली विभिन्न प्रकार की अपीलों की व्याख्या कीजिए। उदाहरण दीजिए।

या

(क) विज्ञापन प्रति क्या है? विभिन्न प्रकार की विज्ञापन प्रतियों को समझाइये।

(ख) मीडिया शेड्यूलिंग से आपका क्या तात्पर्य है? वे कौन-सी विभिन्न शेड्यूलिंग विधियाँ हैं जिन्हें एक विज्ञापनदाता अपने उत्पाद का विज्ञापन करने के लिए चुन सकता है?

2. (a) What is advertising agency? Discuss the criteria for selection of advertising agency. (7)

(b) What do you mean by pre-testing of an advertisement copy? Discuss the various methods for pretesting of an advertisement. (8)

Or

(a) What is advertising budget. Discuss the various methods of setting an effective advertising budget. (8)

(b) Why do you need to measure advertising effectiveness? Explain the post-testing methods of evaluating advertising effectiveness. (7)

(क) विज्ञापन एजेंसी क्या है? विज्ञापन एजेंसी के चयन के मानदंडों पर चर्चा कीजिए।

(ख) किसी विज्ञापन प्रति के पूर्व-परीक्षण से आपका क्या तात्पर्य है? किसी विज्ञापन के पूर्व परीक्षण की विभिन्न विधियों पर चर्चा कीजिए।



या

(क) विज्ञापन बजट क्या है? प्रभावी विज्ञापन बजट निर्धारित करने के विभिन्न तरीकों पर चर्चा कीजिए।

(ख) आपको विज्ञापन प्रभावशीलता को मापने की आवश्यकता क्यों है? विज्ञापन प्रभावशीलता के मूल्यांकन की परीक्षण-पश्चात विधियों की व्याख्या कीजिए।

3. (a) Critically examine DAGMAR approach in setting advertising objectives. (7)

(b) What is advertising media? What factors would you consider while selecting a suitable advertising media? (8)

Or

(a) What are the functions of an advertising agency? Briefly explain the various types of advertising agencies. (7)

(b) Discuss the legal framework of advertising in India and mention the role of ASCI in self-regulation. (8)

(क) विज्ञापन उद्देश्यों को निर्धारित करने में DAGMAR दृष्टिकोण की समालोचनात्मक विवेचना कीजिए।

(ख) विज्ञापन मीडिया क्या है? उपयुक्त विज्ञापन मीडिया का चयन करते समय आप किन कारकों पर विचार कीजिएगे?

या

(क) एक विज्ञापन एजेंसी के क्या कार्य हैं? विभिन्न प्रकार की विज्ञापन एजेंसियों का संक्षेप में वर्णन कीजिए।

(ख) भारत में विज्ञापन के कानूनी ढांचे पर चर्चा कीजिए और स्व-नियमन में एएससीआई की भूमिका का उल्लेख कीजिए।

4. (a) "Interactive media and expansion of internet is giving an extended dimension to advertising." In the light of the above statement, discuss the benefits of advertising on the internet. (8)

(b) Explain the sales and communication objectives of advertising. (7)

Or

(a) Describe the major elements of a TV advertising copy. (7)

(b) Discuss any four popular medias with their merits and demerits. (8)

(क) “इंटरएक्टिव मीडिया और इंटरनेट का विस्तार विज्ञापन को एक विस्तारित आयाम दे रहा है।” उपरोक्त कथन के आलोक में, इंटरनेट पर विज्ञापन के लाभों पर चर्चा कीजिए।

(ख) विज्ञापन की बिक्री और संचार उद्देश्यों की व्याख्या कीजिए।

या

(क) टीवी विज्ञापन प्रति के प्रमुख तत्वों का वर्णन कीजिए।

(ख) किन्हीं चार लोकप्रिय मीडिया की उनके गुणों और अवगुणों सहित चर्चा कीजिए।

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

(a) Surrogate Advertising

(b) Media Planning

(c) Agency Compensation

(d) Ethical Issues in Advertising

(e) Key players in Advertising Industry

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखें :

(क) सरोगेट विज्ञापन

(ख) मीडिया नियोजन

(ग) एजेंसी मुआवजा

(घ) विज्ञापन में नैतिक मुद्दे

(ङ) विज्ञापन उद्योग में प्रमुख दिग्गज