

FOURTH SEMESTER EXAMINATION 2021-22**Class - B.A. (JMC)****Subject - Introduction to Advertising**

Time : 2.30 Hrs.

Max. Marks : 75

Total No. of Printed Page : 08

Mini. Marks : 26

uk/ & i'z u i = rhu [k.MkaeafolkDr gSA I Hkh rhu [k.Mkadsiz' u fun' kkuq kj gy
dhft ; sA vdkadk foHktu i R; d [k.M eafn; k x; k gSA

Note: Question paper is divided into three sections. Attempt question of all three section
as per direction. Distribution of Marks is given in each section.

[k.M & ^v* Section - 'A'**oLrfu"B i'z u &****Objective type question.****1x10=10**

1. विज्ञापन क्या है –

- | | |
|--------------------------|-------------------|
| अ. प्रचार | ब. बिक्री संवर्धन |
| स. भुगतान की गयी जानकारी | द. उपरोक्त सभी |

What is advertising -

- | | |
|---------------------|---------------------|
| a. Publicity | b. Sales promotion |
| c. paid information | d. All of the above |

2. मुद्रित मैटर (पदार्थ) जो किसी बाहरी बोर्ड या पृष्ठ के किनारों पर बिना मार्जिन के चलाया जाता है, को कहा जाता है –

- | | |
|-------------|-------------|
| अ. ब्लीड | ब. सोलस |
| स. ब्राडशीट | द. वर्गीकृत |

Printed matter that runs over the edges of an outdoor board or a page leaving no margin is known as :

- | | |
|---------------|---------------|
| a. Bleed | b. Solus |
| c. Broadsheet | d. Classified |

3. यह प्रभाव या अनुक्रमिक मॉडल का एक पदानुक्रम है, जिसका उपयोग यह समझाने के लिए किया जाता है कि विज्ञापन कैसे काम करता है ?

- | | |
|---------------------|---------------------|
| अ. ए.डी.डी. | ब. ए.आई.डी.ए |
| स. पी.ई.एस.टी.एल.ई. | द. एस.डब्ल्यू.ओ.टी. |

This is hierarchy of effects on sequential model used to explain how advertising works :

- | | |
|-----------|---------|
| a. ADD | b. AIDA |
| c. PESTLE | d. SWOT |

4. विज्ञापन को बेचने के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है –

- | | |
|-----------|----------------|
| अ. उत्पाद | ब. सेवाएं |
| स. विचार | द. उपरोक्त सभी |

Advertising can be used to sell -

- | | |
|-------------|---------------------|
| a. products | b. services |
| c. Ideas | d. all of the above |

5. किसी भी विज्ञापन या विपणन अभियान की नींव है

- | | |
|------------------|----------------------|
| अ. शोध | ब. रचनात्मक संक्षेपण |
| स. लक्ष्य विभाजन | द. मीडिया प्लानिंग |

The _____ is the foundation of any advertising a marketing campaign.

- | | |
|------------------------|-------------------|
| a. Research | b. Creative brief |
| c. Target segmentation | d. Media planning |

6. विज्ञापन इन ताकतों से प्रभावित होता है –

- | | |
|-----------|----------------|
| अ. आर्थिक | ब. सामाजिक |
| स. तकनीकी | द. उपरोक्त सभी |

Advertising is affected by _____ forces.

- | | |
|------------------|---------------------|
| a. Economic | b. Social |
| c. Technological | d. All of the above |

7. अपने ग्राहकों की ओर से विज्ञापन असाइनमेंट हेतु मीडिया का चयन करने के लिए उत्तरदायी है –

- | | |
|------------------|------------------|
| अ. मीडिया प्लानर | ब. मीडिया बायिंग |
| स. स्पेस सेलर | द. कॉपीराइटर |

A _____ is in charge for selecting media for advertisement assignment on behalf of their customers.

- | | |
|------------------|-----------------|
| a. Media planner | b. Media Buying |
| c. space seller | d. Copywriter |

8. पहली विज्ञापन एजेंसी इनके द्वारा स्थापित की गयी थी –

- | | |
|--------------|--------------------|
| अ. गुटेनबर्ग | ब. वोल्मी पामर |
| स. कुलेशोव | द. डी.इ.एस. पोर्टर |

The first ad agency was set up by :

- | | |
|--------------|------------------|
| a. Gutenberg | b. Volney Palmer |
| c. Kulshov | d. D.E.S. Porter |

9. किसी दिए गए भौगोलिक क्षेत्र के टेलीविजन और रेडियो द्वारा कुल कवरेज है –

- | | |
|----------------|-------------------|
| अ. ब्लैक कवरेज | ब. ब्लैंकेट कवरेज |
| स. जीरो कवरेज | द. नेशनल कवरेज |

Total coverage by television and radio of a given geographic area is

- | | |
|-------------------|----------------------|
| a. Blank coverage | b. Blanket coverage |
| c. Zero coverage | d. National coverage |

(6)

[k.M & ^c* Section - 'B'

fdllgha i kp i t ukadsmRrj nhft ; A

Attempt any five questions.

5x3=15

1. एडवर्टिजमेंट कॉपी से आप क्या समझते हैं ?
What do you understand by Advertisement copy ?
2. विज्ञापन का क्या अर्थ होता है ?
What is the meaning of advertising ?
3. टारगेट आडियंस पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
Write a short note on target Audience.
4. आप किसी विज्ञापन एजेंसी को कैसे चयनित करेंगे ?
How do you select an Advertising agency ?
5. ग्राहक को परिभाषित कीजिये।
Define Consumer.
6. विज्ञापन कापी के तत्व क्या-क्या है ?
What are the elements of advertising copy ?
7. विज्ञापन के महत्व को विस्तार से समझाइये।
Explain the importance of Advertisement.

8. विज्ञापन प्रभाव को किस तरह आप मापते हैं ?

How would you measure advertising effectiveness ?

[k.M & ^l * Section - 'C'

nh?kzRrjh; izu&

Long answer question:

5x10=50

fuEukdr ea l sfdllgh ikp iz ukadks gy dhft ; A

Attempt any two questions from the following:-

1. विज्ञापन लक्ष्य निर्धारित करने का कौन-सा तरीका बेहतर होता है और क्यों ? समझाइये ।

Which method of setting advertising goals is superior and why ? Explain.

2. विज्ञापन उत्पाद बेचता है । क्या आप इस कथन से सहमत हैं ? कारण बताइये । विज्ञापन द्वारा किए जाने वाले कार्यों की व्याख्या कीजिये ।

'Advertising sells of product'. Do you agree with this statement ? Give reasons.

Explain the functions performed by advertising.

3. प्रभावी विपणन में विज्ञापन के महत्व की चर्चा कीजिये ।

Discuss the importance of advertising in effective marketing.

4. विज्ञापन के कार्यों की चर्चा कीजिये और संक्षेप में भारत के आर्थिक विकास में विज्ञापन की भूमिका की व्याख्या कीजिये ।

Discuss the functions of advertising and explain the role of advertising in economic development of India in brief.

5. एक प्रभावी विज्ञापन प्रतिलिपि (कापी) की विशेषताएं बताइये ।

What are the attributes of an effective ad-copy ?

6. समाचार पत्रों के विज्ञापन के गुण—दोषों पर प्रकाश डालिए।
Throw light on the merits and de-merits of newspaper advertising.
7. विज्ञापन के नैतिक पहलुओं की व्याख्या कीजिये।
Explain the ethical aspects of advertising.
8. विज्ञापन उत्पादन तकनीक को विस्तार से समझाइये।
Describe the Advertise production techniques in detail.

--00--