

7.12.18 (M)

This question paper contains 6 printed pages.

Your Roll No.

Sl. No. of Ques. Paper: 1224

I

Unique Paper Code : 22417510

Name of Paper : Advertising

Name of Course : B.Com. (Hons.) : DSE - 2

Semester : V

Duration : 3 hours

Maximum Marks : 75

(Write your Roll No. on the top immediately
on receipt of this question paper.)

(इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिये गये निर्धारित
स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिये।)

NOTE:— Answers may be written either in English or in
Hindi; but the same medium should be used
throughout the paper.

टिप्पणी:— इस प्रश्नपत्र का उत्तर अंग्रेज़ी या हिन्दी किसी एक
भाषा में दीजिए; लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही
होना चाहिए।

Attempt all questions.
All questions carry equal marks.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।
सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

1. (a) What is communication? Explain the various
elements in the communication process.

P. T. O.

संचार क्या है? संचार प्रक्रिया के विभिन्न तत्वों को समझाइए। 8

- (b) Define DAGMAR model. Explain how marketers can use DAGMAR to establish objectives. What are some of the problems associated with the use of DAGMAR model?

DAGMAR प्रतिरूप को परिभाषित कीजिए। समझाइए विपणनकर्ता उद्देश्य स्थापित करने में DAGMAR का कैसे प्रयोग कर सकते हैं। DAGMAR प्रतिरूप के प्रयोग से सम्बन्धित कुछ समस्याओं का बताइए। 7

Or (अथवा)

- (a) "Marketing communication occurs in distinct phase at cognitive, affective and behavioural level." Based on this statement explain the AIDA model.

"संज्ञानात्मक, व्यावहारिक तथा भावात्मक स्तर पर विपणन संचार अलग चरणों पर घटित होता है।" इस कथन पर आधारित AIDA प्रतिमान को समझाइए। 8

- (b) "Objective setting and budgeting go hand in hand rather than sequentially." Justify.

"उद्देश्य बनाना तथा बजट बनाना साथ-साथ चलते हैं न कि क्रमिक रूप से।" औचित्य सिद्ध कीजिए। 7

2. (a) What is advertising? Distinguish between the following and give examples:

विज्ञापन क्या है? उदाहरण देते हुए निम्न में अन्तर्भेद कीजिए:

- (i) Comparative advertising vs Surrogate advertising

तुलनात्मक विज्ञापन बनाम प्रतिनिधि विज्ञापन

- (ii) Reminder advertising vs Advocacy advertising.

अनुस्मारक विज्ञापन बनाम वकालती विज्ञापन। 8

- (b) Discuss the factors affecting the choice of an appropriate medium for advertising. Mention the products for which television is the best medium for advertising.

विज्ञापन के एक उपयुक्त माध्यम के चुनाव के प्रभावी कारकों का विवेचन कीजिए। उन उत्पादों को इंगित कीजिए जिनके विज्ञापन के लिए टेलीविज़न सर्वश्रेष्ठ माध्यम है। 7

Or (अथवा)

- (a) Explain the following terms with relation to selection of a media category:

- (i) Reach
(ii) Frequency.

निम्न पदों को एक मीडिया श्रेणी के चुनाव के सम्बन्ध में समझाइए:

- (i) पहुँच
(ii) आवृत्ति। 8

P. T. O.

- (b) What is media scheduling? How are continuity, flighting and pulsing important in determining the media schedule?

मीडिया अनुसूचीयन क्या है? मीडिया कार्यक्रम-सूची के निर्धारण में निरंतरता, फ्लाइटिंग और स्पंदन कैसे महत्वपूर्ण हैं?

7

3. (a) Explain the organisation structure of an advertising agency, mentioning its main departments.

एक विज्ञापन एजेंसी के संगठनात्मक ढाँचे को समझाइए। इसके मुख्य विभागों को इंगित कीजिए।

8

- (b) One of the advertiser's most important creative strategy decisions involves the choice of an appropriate appeal. Explain the following appeals giving suitable examples:

(i) Price Appeal

(ii) Positive Emotional Appeals.

एक उचित अपील के चुनाव में एक विज्ञापनदाता की सबसे महत्वपूर्ण क्रियात्मक रणनीति सम्मिलित होती है। उपयुक्त उदाहरण देते हुए निम्न अपीलों को समझाइए:

(i) मूल्य अपील

(ii) सकारात्मक भावनात्मक अपील।

7

Or (अथवा)

- (a) You are asked to prepare an advertising copy for a life insurance company to be inserted in a newspaper. Explain the points you would consider in preparing such a copy.

आपको एक समाचारपत्र को एक जीवन बीमा कम्पनी की विज्ञापन प्रतिलिपि तैयार करने के लिए कहा गया है। उन बिन्दुओं को समझाइए जो आप प्रतिलिपि तैयार करते समय ध्यान में रखेंगे। 8

- (b) If you were to select an advertising agency to develop and implement an advertising campaign for a new washing machine, what factors would you consider and why?

यदि आपको एक नई वाशिंग मशीन के विज्ञापन अभियान को विकसित करने तथा कार्यान्वित करने के लिए एक विज्ञापन एजेंसी को चुनना हो, तो आप किन कारकों पर ध्यान देंगे और क्यों? 7

4. (a) Advertising has been charged with encouraging materialism, manipulating, offensive, poor in taste or creating stereotypes in society. Do you agree? Comment on the ethical aspects of advertising.

विज्ञापन पर आरोप है कि वह भौतिकवाद तथा हेरा-फेरी को प्रोत्साहन देती है, अपमानजनक है, बुरे स्वाद वाली है, तथा समाज में लकीर के फकीरों को जन्म देती है। क्या आप सहमत हैं? विज्ञापन के नैतिक पहलुओं पर टिप्पणी कीजिए। 8

- (b) How can the advertising department measure the effectiveness of an advertisement after execution of a full advertisement campaign?

विज्ञापन अभियान के पूर्ण होने पर उस विज्ञापन की प्रभाविता को विज्ञापन विभाग किस प्रकार माप सकता है?

P. T. O.

Or (अथवा)

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

एक विज्ञापन प्रति के पूर्व-परीक्षण से आप क्या समझते हैं? एक विज्ञापन के पूर्व-परीक्षण की विभिन्न विधियों की विवेचना कीजिए। 8

- (b) What is a misleading advertisement? What are the legal remedies available to consumers against misleading advertisements?

एक भ्रामक विज्ञापन क्या है? भ्रामक विज्ञापनों के विरुद्ध उपभोक्ताओं को क्या कानूनी उपचार उपलब्ध हैं? 7

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

- (a) Audience Selection
- (b) Role of ASCI
- (c) Primary demand advertising vs Selective demand advertising
- (d) Methods of compensating advertising agency
- (e) Radio copy.

निम्न में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:

- (a) दर्शक चुनाव
- (b) ASCI की भूमिका
- (c) प्राथमिक माँग विज्ञापन बनाम चयनित माँग विज्ञापन
- (d) विज्ञापन एजेंसी को क्षतिपूरण की विधियाँ
- (e) रेडियो कॉपी।

S, S, S