

(M) Lib. 18-12-19,
This question paper contains 7 printed pages]

Roll No.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

S. No. of Question Paper : 7018

Unique Paper Code : 22417510

J

Name of the Paper : Advertising

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

Semester : V

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 75

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

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

टिप्पणी :— इस प्रश्न-पत्र 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।

P.T.O.

(अ) प्रतिलिपि की तैयारी और उत्पादन विज्ञापन अभियान का मुख्य हिस्सा है। प्रिंट कॉपी के तत्वों की विवेचना कीजिए।

(ब) एक सफल संदेश रणनीति मानव के अन्तःकरण के तर्कसंगत एवं भावनात्मक दोनों पहलुओं को स्पर्श करती है। अपने तर्क दीजिए।

3. (a) Explain any *two* of the following terms :

(i) Media Planning

(ii) Media Selection

(iii) Media Scheduling.

8

(b) "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.

7

(अ) निम्नलिखित में से किन्हीं दो पदों की व्याख्या कीजिए :

(i) मीडिया नियोजन

(ii) मीडिया चयन

(iii) मीडिया शिड्यूलिंग।

(ब) "इंटरएक्टिव मीडिया और इंटरनेट का विस्तार विज्ञापन को एक विस्तारित आयाम दे रहा है।"

उपर्युक्त कथन के आलोक में इंटरनेट पर विज्ञापन देने के लाभों की चर्चा कीजिए।

Or/(अथवा)

(a) Define reach, frequency, gross rating points and cost per thousands as the terms of media use.

8

(b) What is meant by clutter in media ? What are the ways advertisers might deal with the increasing amount of clutter found on television ?

7

(अ) मीडिया उपयोग के पदों में पहुँच, आवृत्ति, सकल रेटिंग बिन्दुओं तथा प्रति हजार कीमत को परिभाषित कीजिए।

(ब) मीडिया में अव्यवस्था (कोलाहल) का क्या अभिप्राय है ? टेलीविजन पर विज्ञापनदाताओं को बढ़ती अव्यवस्थाओं से निपटने के तरीके क्या हैं ?

4. (a) Discuss the criteria for selection of advertising agency.

8

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

7

(अ) विज्ञापन एजेंसी के चयन के मानदंडों की विवेचना कीजिए।

- (ब) भारत में विज्ञापन के कानूनी ढांचे की विवेचना कीजिए तथा स्व-विनियमन में ASCI की भूमिका का उल्लेख कीजिए।

Or/(अथवा)

- (a) Discuss various types of advertising agency. What are the major functions of an advertising agency ? 8
- (b) Ethical and legal aspects of advertising in India are the most debatable topics in the modern context when many transitions are going on for using sensual and social appeal in advertising for various products. Discuss the impact of sensual and social appeal on Adolescents. 7

(अ) विज्ञापन एजेंसी के विभिन्न प्रकारों की विवेचना कीजिए। एक विज्ञापन एजेंसी के प्रमुख कार्य क्या हैं ?

(ब) भारत में विज्ञापन के नैतिक और कानूनी पहलू आधुनिक संदर्भ में अधिक बहस के विषय हैं जब विभिन्न उत्पादों के लिए विज्ञापन में संवेदनवादी और सामाजिक अपील का उपयोग करने के लिए कई परिवर्तन (संक्रमण) चल रहे हैं। किशोरों पर संवेदनवादी और सामाजिक अपील के प्रभाव की विवेचना कीजिए।

Write short notes on any three of the following :

15

- (a) Surrogate Advertising
- (b) Types of Pre-tests for evaluating advertising effectiveness
- (c) Advertising Layout
- (d) Agency-Client relationship
- (e) DAGMAR Model.

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए :

- (अ) सरोगेट (प्रतिपुरुष) विज्ञापन
- (ब) विज्ञापन प्रभावशीलता के मूल्यांकन के लिए पूर्व-परीक्षणों के प्रकार
- (स) विज्ञापन लेआउट
- (द) एजेंसी-ग्राहक संबंध
- (इ) DAGMAR मॉडल।