

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 4919

J

Unique Paper Code : 2414000037

Name of the Paper : Basics of Advertising

Name of the Course : **GE**

Semester : VI – UGCF

Duration : 3 Hours

Maximum Marks : 90

Instructions for Candidates

1. Write your Roll No. on the top immediately on receipt of this question paper.
2. Attempt any **five** questions.
3. **All** parts of a question have to be attempted together.
4. **All** questions carry equal marks.
5. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

P.T.O.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए ।
2. किन्हीं पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।
3. प्रश्न के सभी भागों को एक साथ कीजिए ।
4. सभी प्रश्नों के अंक समान हैं ।
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) What is communication? Explain the various elements of the communication process in the context of advertising. (9)
- (b) Discuss the different methods used to determine advertising budget. Which method is considered to be most objective? (9)
2. (a) Discuss the various grounds on which advertising has been criticized. (9)

(b) Identify the types of advertising used in case of following campaigns – (9)

(i) 'Visit Dubai' campaign

(ii) 'Swachh Bharat' campaign

(iii) Vimal's '*Bolo Zubaan Kesari*' campaign

3. (a) What are the key elements of a print advertising copy? What role do they play in increasing the effectiveness of a print ad? (9)

(b) Write a note on the rational and emotional appeals in advertising. What is their psychological impact on consumers? Explain with examples. (9)

4. What do you mean by advertising media? Explain the key factors that influence the selection of appropriate advertising media for a product or a service. Also, explain with justification which advertising media will you use for the following products – (2,8,8)

- (i) Instant noodles,
 - (ii) Luxury cars,
 - (iii) Sport shoes, and
 - (iv) Online travel services like MakeMyTrip
5. (a) What is an advertising agency? Discuss its types. (9)
- (b) Discuss the key functions performed by an advertising agency in the development and execution of an advertising campaign. (9)
6. (a) Discuss the need and importance of measuring advertising effectiveness. (9)
- (b) Write a note on the various pre-testing and post-testing techniques of measuring advertising effectiveness. (9)

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

(6×3=18)

(a) Target Market Selection

(b) Communication Objectives of Advertising

(c) Internet and other Interactive Advertising Media

(d) Factors in choice of an Advertising Agency

(e) Advertising vs. Publicity

1. (क) संप्रेषण क्या है? विज्ञापन के संदर्भ में संप्रेषण प्रक्रिया के विभिन्न तत्वों की व्याख्या कीजिये। (9)

(ख) विज्ञापन बजट निर्धारित करने के लिए उपयोग की जाने वाली विभिन्न विधियों पर चर्चा कीजिये। कौन सी विधि सर्वाधिक वस्तुनिष्ठ मानी जाती है? (9)

2. (क) विज्ञापन की जिन विभिन्न आधारों पर आलोचना की गई है, उन आधारों पर चर्चा कीजिये। (9)

(ख) निम्नलिखित अभियानों के मामले में उपयोग किए जाने वाले विज्ञापन के प्रकारों की पहचान कीजिये - (9)

(i) 'दुबई आएँ' (Visit Dubai) अभियान

(ii) 'स्वच्छ भारत' अभियान

(iii) विमल का 'बोलो जुबां केसरी' अभियान

3. (क) विज्ञापन की प्रिंट कॉपी (print advertising copy) के मुख्य तत्व क्या हैं? प्रिंट विज्ञापन की प्रभावशीलता बढ़ाने में उनकी क्या भूमिका है? (9)

(ख) विज्ञापन में तर्कसंगत और भावनात्मक अपीलों पर एक टिप्पणी लिखिये। उपभोक्ताओं पर इनका क्या मनोवैज्ञानिक प्रभाव पड़ता है? सोदाहरण समझाइए। (9)

4. विज्ञापन मीडिया से आपका क्या अभिप्राय है? किसी उत्पाद या सेवा के लिए उपयुक्त विज्ञापन मीडिया के चयन को प्रभावित करने वाले मुख्य कारकों की व्याख्या कीजिये। आप निम्नलिखित उत्पादों के लिए कौन से विज्ञापन माध्यम का उपयोग करेंगे, कारण सहित समझाइए। (2,8,8)

(i) इस्टेंट नूडल्स,

(ii) लग्जरी कारें,

(iii) स्पोर्ट्स शूज, और

(iv) ऑनलाइन यात्रा सेवा प्रदाता जैसे मेकमाय ट्रिप (MakeMyTrip)

5. (क) विज्ञापन एजेंसी क्या है? इसके प्रकारों पर चर्चा कीजिये। (9)

(ख) किसी विज्ञापन अभियान को तैयार करने (development) और निष्पादित करने (execution) में विज्ञापन एजेंसी द्वारा किए जाने वाले प्रमुख कार्यों पर चर्चा कीजिये। (9)

6. (क) विज्ञापन की प्रभावशीलता को मापने की आवश्यकता और महत्व पर चर्चा कीजिये। (9)

(ख) विज्ञापन प्रभावशीलता को मापने की विभिन्न परीक्षण पूर्व (pre-testing) और परीक्षण पश्चात (post-testing) तकनीकों पर एक टिप्पणी लिखिये। (9)

7. निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिये :

(6×3=18)

(क) लक्षित बाजार का चयन

(ख) विज्ञापन के संप्रेषण संबंधी उद्देश्य

(ग) इंटरनेट और अन्य इंटरैक्टिव विज्ञापन मीडिया

(घ) विज्ञापन एजेंसी के चयन में कारक (Factors in choice of an Advertising Agency)

(ङ) विज्ञापन बनाम प्रचार (Advertising vs. Publicity)