

This question paper contains 7 printed pages]

Roll No.

							2	0	1	9
--	--	--	--	--	--	--	---	---	---	---

S. No. of Question Paper : 7018

31

Unique Paper Code : 22417510

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 अंग्रेजी 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.

1. (a) "Advertising is defined as paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods or services by an identified sponsor." Explain the statement. Also discuss the indispensable role of advertising. 8

(b) What is Advertising Budget ? Discuss the various methods of setting an effective advertising budget. 1+6

(अ) "विज्ञापन को गैर-व्यक्तिगत प्रस्तुति तथा किसी प्रायोजित प्रायोजक द्वारा विचारों, वस्तुओं या सेवाओं को बढ़ावा देने में दत्त शुल्क के रूप में परिभाषित किया गया है।" इस कथन को स्पष्ट कीजिए। विज्ञापन की अपरिहार्य भूमिका पर भी चर्चा कीजिए।

(ब) विज्ञापन बजट क्या है ? एक प्रभावी विज्ञापन बजट निर्धारित करने के विभिन्न तरीकों की विवेचना कीजिए।

Or/(अथवा)

(a) Discuss the elements of the marketing communication process. 8

(b) Discuss various Post-testing techniques used in measuring effectiveness of advertising. 7

(अ) विपणन संचार प्रक्रिया के तत्वों की विवेचना कीजिए।

(ब) विज्ञापन की प्रभावशीलता को मापने में उपयोग की जाने वाली विभिन्न पोस्ट-टेस्टिंग तकनीकों की विवेचना कीजिए।

2. (a) Enumerate the various message formats using suitable examples. 8

(b) Is advertising changing social and cultural values related to consumption pattern of the Indian consumers ? Justify your statement in the context of increasing consumption of fast food and junk food. 7

(अ) उपयुक्त उदाहरणों का उपयोग करते हुए विभिन्न संदेश प्रारूपों की परिगणना कीजिए।

(ब) क्या विज्ञापन भारतीय उपभोक्ताओं के उपभोग पैटर्न से संबंधित सामाजिक और सांस्कृतिक मूल्यों को बदल रहा है ? फास्ट फूड और जंक फूड के बढ़ते उपभोग के संदर्भ में अपने कथन को उचित ठहराइये।

Or/(अथवा)

(a) The preparation and production of a copy is the main part of advertising campaign. Discuss the elements in a print copy. 8

(b) A successful message strategy touches both the rational and emotional aspects of human psyche. Give your comments. 7

(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 का 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।

5. 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।