

या

(क) पूर्व और बाद के परीक्षण चरण में विज्ञापनों के संचार और बिक्री प्रभाव को मापने के लिए उपयोग की जाने वाली विभिन्न तकनीकों की व्याख्या कीजिए। (5+5)

(ख) “कार्य के सफल समापन के लिए एजेंसी और ग्राहक दोनों के लिए एक नैतिक आचार संहिता बनाए रखना आवश्यक है”, एजेंसी और ग्राहक द्वारा पालन की जाने वाली आचार संहिता बताते हुए समझाइए। (2+6)

5. निम्नलिखित में से किन्हीं तीन पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए : (3×6=18)

- (i) सरोगेट विज्ञापन की अवधारणा को दो उदाहरण देते हुए समझाइये।
- (ii) डगमार दृष्टिकोण।
- (iii) विज्ञापनों में इस्तेमाल की जाने वाली विभिन्न प्रकार की अपीलों को दो उदाहरणों के साथ समझाइये।
- (iv) उपयुक्त माध्यम के चुनाव को प्रभावित करने वाले कारक।
- (v) प्रभावी कॉपी के लिए आवश्यक बातें।

[This question paper contains 8 printed pages.]

Your Roll No.....

Sr. No. of Question Paper : 4428

J

Unique Paper Code : 2414002002

Name of the Paper : Basics of Advertising

Name of the Course : UGCF (GE)

Semester : IV

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 **all** the questions.
3. Each question carries equal marks.
4. Answers may be written either in English or Hindi; but the same medium should be used throughout the paper.

छात्रों के लिए निर्देश

1. इस प्रश्न-पत्र के मिलते ही ऊपर दिए गए निर्धारित स्थान पर अपना अनुक्रमांक लिखिए।

2. सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिये।
3. प्रत्येक प्रश्न के अंक समान हैं।
4. इस प्रश्न-पत्र का उत्तर अंग्रेजी या हिंदी किसी एक भाषा में दीजिए, लेकिन सभी उत्तरों का माध्यम एक ही होना चाहिए।

1. (a) "Advertising is an essential tool to boost the growth of an economy", do you agree with the statement, explain giving suitable explanation with examples. (2+8+2)
- (b) Differentiate between the national, regional and local advertising with examples. (6)

Or

- (a) All these years, you must have seen different types of advertisements over multiple media platforms. Pick any 5 examples of your choice and explain the types of advertisements they fall into. (2+2+2+2+2)
 - (b) "Advertising is a fundamental activity of any business", do you agree with the statement? Why? Explain giving the significance of advertising from the business and consumer's perspective. (2+3+3)
2. Attempt any two of the following :
 - (a) Explain the AIDA and Hierarchy of effects model of setting the advertising goals with examples. (3+3+3)

- (i) एक एनर्जी ड्रिंक
- (ii) एक इलेक्ट्रिक कार
- (iii) एक लगजरी घड़ी

या

- (क) "इंटरनेट और इंटरएक्टिव माध्यम एक विशिष्ट लक्षित दर्शकों के साथ सबसे शक्तिशाली मीडिया प्रकार के रूप में उभर रहा है, क्या आप सहमत हैं, लक्षित दर्शकों की पहचान करने के लिए मानदंड की व्याख्या कीजिए, जिसे इंटरैक्टिव माध्यम से सफलतापूर्वक संपर्क किया जा सकता है और कैसे?

(2+8)

- (ख) आज के परिदृश्य से उपयुक्त उदाहरण देते हुए विभिन्न प्रकार की विज्ञापन प्रतियों की व्याख्या कीजिए। (8)

4. (क) "विज्ञापन की प्रभावशीलता को मापना समय और ऊर्जा की बर्बादी है", क्या आप इस कथन से सहमत हैं? क्यों? इसके पीछे तर्क देते हुए समझाइए। (2+2+4)

- (ख) आप एक कंपनी के मार्केटिंग मैनेजर हैं जो बाजार में डाइट फूड लॉन्च करने जा रही है, जैसे कि क्विनोआ सलाद, मल्टीग्रेन बार, रागी पिज्जा आदि। बाजार में अपने ब्रांड को बढ़ावा देने के लिए विज्ञापन एजेंसी का चयन करने के लिए आप किन विभिन्न कारकों को ध्यान में रखेंगे? (10)

- (ख) “विज्ञापन किसी भी व्यवसाय की एक मौलिक गतिविधि है”, क्या आप इस कथन से सहमत हैं? क्यों? व्यवसाय और उपभोक्ता के दृष्टिकोण से विज्ञापन के महत्व को समझाते हुए समझाएँ। (2+3+3)

2. निम्नलिखित में से किसी दो के उत्तर दीजिए :

- (क) विज्ञापन लक्ष्यों को निर्धारित करने के एआईडीए और प्रभाव मॉडल के पदानुक्रम के बारे में उदाहरणों सहित समझाइये। (3+3+3)
- (ख) संचार प्रक्रिया का एक सुव्यवस्थित लेबल वाला आरेख बनाइये और विभिन्न तत्वों की विस्तार से व्याख्या कीजिए। (3+6)
- (ग) विज्ञापन बजट निर्धारित करने की कौन-सी बजटीय विधि सबसे वैज्ञानिक विधि मानी जाती है? क्यों? (3+6)

3. (क) “एक प्रभावशाली कॉपी डिजाइन करना, जो लक्षित दर्शकों का ध्यान आकर्षित करने में सक्षम हो, विज्ञापनदाताओं के लिए सबसे कठिन कार्य है” क्या आप सहमत हैं? एक प्रभावी प्रिंट कॉपी के तत्वों को डिजाइन करते समय विज्ञापनदाताओं द्वारा बरती जाने वाली विभिन्न सावधानियों को परिभाषित कीजिए। (3+6)
- (ख) कारणों के साथ नए लॉन्च किए गए निम्नलिखित उत्पादों के विज्ञापन के लिए विपणक को एक उपयुक्त मीडिया का सुझाव दीजिए : (3+3+3)

- (b) Draw a neatly labelled diagram of the communication process and explain the various elements in details. (3+6)

- (c) Which of the budgetary method is considered as the most scientific method of setting the advertising budget? Why? (3+6)

3. (a) “Designing an impressive copy, which is able to attract the attention of the target audience is the most difficult task for the advertisers” do you agree. Define the various precautions to be taken by the advertisers while designing the elements of an effective print copy. (3+6)

- (b) Suggest a suitable media to the marketer for advertising the newly launched following products with reasons: (3+3+3)

- (i) An energy drink
(ii) An electric car
(iii) A luxury watch

Or

- (a) “Internet and the Interactive medium is emerging as the most powerful media type with a specific target audience”, do you agree, explain the criterion for identifying the target audience, which can be approached successfully with the interactive medium and how? (2+8)

- (b) Explain the various types of advertising copies giving suitable examples from the day today scenario. (8)
4. (a) "Measuring the effectiveness of advertising is a waste of time and energy", do you agree with the statement? Why? Explain giving the rationale behind it. (2+2+4)
- (b) You are the marketing manager of a company which is going to launch diet food in the market, such as, quinoa salad, multigrain bar, ragi pizza etc. what are the various factors you will take into account for selecting an ad agency for promoting your brand in the market? (10)

Or

- (a) Explain the various techniques used for measuring the communication and sales effect of advertisements at the pre and post testing stage. (5+5)
- (b) "Maintaining an ethical code of conduct is essential for both the agency as well as the client for the successful completion of the work", explain by giving the code of conduct to be followed by the agency and the client. (2+6)

5. Write short notes on any **three** of the following : (3×6=18)
- (i) Explain the concept of surrogate advertising giving 2 examples.
- (ii) DAGMAR Approach.
- (iii) Explain the various types of appeals used in advertisements with 2 examples each.
- (iv) Factors affecting the choice of an appropriate medium.
- (v) Essentials for an effective copy.
1. (क) "विज्ञापन किसी अर्थव्यवस्था के विकास को बढ़ावा देने के लिए एक आवश्यक उपकरण है", क्या आप इस कथन से सहमत हैं, उदाहरणों के साथ उपयुक्त स्पष्टीकरण देते हुए समझाइये। (2+8+2)
- (ख) राष्ट्रीय, क्षेत्रीय और स्थानीय विज्ञापन के बीच उदाहरण सहित अंतर बताइये। (6)

या

- (क) इन सभी वर्षों में, आपने कई मीडिया प्लेटफार्मों पर विभिन्न प्रकार के विज्ञापन देखे होंगे। अपनी पसंद के कोई भी पांच उदाहरण चुनिए और बताइये कि वे किस प्रकार के विज्ञापन हैं। (2+2+2+2+2)