### **FOURTH SEMESTER EXAMINATION 2021-22**

# Class - B.A. (JMC)

## **Subject - Introduction to Advertising**

Time: 2.30 Hrs. Max. Marks: 75

Total No. of Printed Page : 08 Mini. Marks : 26

# uk\$/ & itu i = rhu [k.MkaeafoHkDr g\$A | Hkh rhu [k.Mkadsitu funkkuq kj gy dhft; s A vadkadk foHkktu ik; sd [k.M eafn; k x; k g\$ A

**Note:** Question paper is divided into three sections. Attempt question of all three section as per direction. Distribution of Marks is given in each section.

#### [k.M & 'V\* Section - 'A'

oLr¶u"B itu &

Objective type question.

1x10=10

1. विज्ञापन क्या है –

अ. प्रचार

ब. बिक्री संवर्धन

स. भूगतान की गयी जानकारी

द. उपरोक्त सभी

What is advertising -

a. Publicity

b. Sales promotion

c. paid information

d. All of the above

2. मुद्रित मैटर (पदार्थ) जो किसी बाहरी बोर्ड या पृष्ठ के किनारों पर बिना मार्जिन के चलाया जाता है, को कहा जाता है —

अ. ब्लीड

ब. सोलस

स. ब्राडशीट

द. वर्गीकृत

Printed matter that runs over the edges of an outdoor board or a page leaving no

	margin is known as:						
	a.	Bleed	b.	Solus			
	C.	Broadsheet	d.	Classified			
3.	यह प्र	भाव या अनक्रमिक मॉडल का एक पदा	नक्रम है	, जिसका उपयोग यह समझाने के लिए			
	किया जाता है कि विज्ञापन कैसे काम करता है ?						
	अ.	ए.डी.डी.	ब.	ए.आई.डी.ए			
	स.	पी.ई.एस.टी.एल.ई.	द.	एस.डब्ल्यू.ओ.टी.			
	This is hierarchy of effects on sequnatial model used to explain how advertising						
words:							
	a.	ADD	b.	AIDA			
	C.	PESTLE	d.	SWOT			
4. विज्ञापन को बेचने के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है —				न्ता है –			
	अ.	उत्पाद	ब.	सेवाएं			
	स.	विचार	द.	उपरोक्त सभी			
	Advertising can be used to sell -						
	a.	products	b.	services			
	C.	Ideas	d.	all of the above			
			0	0			
5.		किसी भी विज्ञापन या विपणन अभियान की नींव है					
	अ.	शोध		रचनात्मक संक्षेपण			
	स.	लक्ष्य विभाजन	द.	मीडिया प्लानिंग			
	ing a marketing compaign.						
	a.	Research	b.	Creative brief			
	C.	Target segmentation	d.	Media planning			

6.	विज्ञापन इन ताकतों से प्रभावित होता है –						
	अ.	आर्थिक	ब.	सामाजिक			
	स.	तकनीकी	द.	उपरोक्त सभी			
	Advertising is affected by forces.						
	a.	Economic	b.	Social			
	C.	Technological	d.	All of the above			
7.	अपने ग्राहकों की ओर से विज्ञापन असाइनमेंट हेतु मीडिया का चयन करने के लिए उत्तरदायी है —						
	अ.	मीडिया प्लानर	ब.	मीडिया बायिंग			
	स.	स्पेस सेलर	द.	कॉपीराइटर			
	A is in charge for selecting media for advertisement assignment or behalf of their customers.						
	a.	Media planner	b.	Media Buying			
	C.	space seller	d.	Copywriter			
8.	पहली विज्ञापन एजेंसी इनके द्वारा स्थापित की गयी थी —						
	अ.	गुटेनबर्ग	ब.	वोल्मी पामर			
	स.	कुलेशोव	द.	डी.इ.एस. पोर्टर			
	The first ad agency was set upt by :						
	a.	Gutenberg	b.	Volney Palmer			
	C.	Kulshov	d.	D.E.S. Porter			
9.	किसी दिए गए भौगोलिक क्षेत्र के टेलीविजन और रेडियो द्वारा कुल कवरेज है –						
	अ.	ब्लैक कवरेज	ब.	ब्लैंकेट कवरेज			
	स.	जीरो कवरेज	द.	नेशनल कवरेज			
	Total coverage by television and radio of a given geographic area is						
	a.	Blank coverage	b.	Blanket coverage			
	C.	Zero coverage	d.	National coverage			

10.	वह डिग्री जिसके लिए कोई उपभोक्ता विकल्पों पर विचार किए बिना एक निश्चित ब्रांड की खरीदी करता है कहलाता है ।					
	अ.	ब्रांड इक्विटी	ब.	ब्रांड लायल्टी		
	स.	ब्रांड पोजिशनिंग	द.	ब्रांड आइडेंटिटी		
	Degree to which a consumer purchases a certain brand without considering alternatives is					
	a.	Brand equity	b.	Brand Loyalty		
	C.	Brand positioning	d.	Brand Identity		
11.	विज्ञापन बजट निर्धारित करने का कौन सा तरीका सबसे अधिक वैज्ञानिक और तार्किक है–					
	अ.	वहन योग्य विधि	ब.	प्रतियोगी समता विधि		
	स.	उद्देश्य और कार्यविधि	द.	प्रतिशत बिक्री विधि		
	Which method of determining the advertising budget is the most scientific and logical?					
	a.	Affordable method	b.	Competitve Equity method		
	C.	Objective and method of action	d.	Percentage sales method		
				dopted for : Demarketing of the product		
	C.	To know the effectiveness	d.	None of these		
13.	विज्ञा	पन के दो या दो से अधिक ब्रांडों के ग	ाणों की	ो तुलना करना कहलाता है –		

अ. प्रेरक विज्ञापन

ब. सूचनात्मक विज्ञापन

स. अनुस्मारक विज्ञापन

द. विज्ञापन प्रस्तुत करना

Comparing the qualities of two or more brands of advertising is called:

- a. Motivational Advertising
- b. Informational Advertising

c. Reminder Ads

- d. Submission of Advertisement
- 14. री-मार्केटिंग ...... की मांग उत्पन्न करने से संबंधित है :
  - अ. ताजा उत्पाद

- ब. गैर उपयोग करने योग्य उत्पाद
- स. निम्न गुणवत्ता वाले उत्पाद
- द. उत्पादों का नवीनीकृत उपयोग

Re-marketing \_\_\_\_\_, generate demand for is related to :

a. Fresh products

- b. Non-usable products
- c. Low quality products
- d. Renewed use of products
- 15. इनमें से उत्पाद की किस श्रेणी के विज्ञापन संचार में गुहातुरता (नोस्टाल्जिया) अतीत की भावुकता और इच्छाधारी सोच का उपयोग प्रभावी ढंग से होगा
  - अ. पर्दे, चादर, तकिये का कवर आदि
  - ब. अचार, च्यवनप्राश, मिर्च पाउडर आदि
  - स. टेलीविजन, रेफ्रिजरेटर एयर कंडीशनर आदि
  - द. लैपटॉप, स्मार्टफोन, ई-रीडर आदि

Which of these products categories would effectively use 'Nastagia' (emotional and wishful thinking of the part) in advertising communication :

- a. Curtains, sheets, cushion cover etc.
- b. Pickles, chyavanprash, Chilli power etc.
- c. T.V., Regriferator, air conditoner etc.
- d. Laptop, Smartphone, E-reader etc.

### [k.M & 'c\* Section - 'B'

following it ukadsmRrj nhft; A Attempt any five questions.

5x3=15

- एडवर्टिजमेंट कॉपी से आप क्या समझते हैं ?
   What do you understand by Advertisement copy ?
- 2. विज्ञापन का क्या अर्थ होता है ? What is the meaning of advertising?
- 3. टार्गेट आडियंश पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए। Write a short note on target Audience.
- 4. आप किसी विज्ञापन एजेंसी को कैसे चयनित करेंगें ? How do you select an Advertising agency?
- 5. ग्राहक को परिभाषित कीजिये। Define Consumer.
- 6. विज्ञापन कापी के तत्व क्या—क्या है ?
  What are the elements of advertising copy?
- 7. विज्ञापन के महत्व को विस्तार से समझाइये। Explain the importance of Advertisement.

8. विज्ञापन प्रभाव को किस तरह आप मापते हैं ?
How would you measure advertising effectiveness ?

[k.M & '1 \* Section - 'C'

nh?kmRrjh; itu&

Long answer question:

5x10=50

fuEukidr eal sfdligh ikp i tukadksgy dhft; sA
Attempt any two questions from the following:-

- 1. विज्ञापन लक्ष्य निर्धारित करने का कौन—सा तरीका बेहतर होता है और क्यों ? समझाइये। Which method of setting advertising goals is superior and why? Explain.
- विज्ञापन उत्पाद बेचता है । क्या आप इस कथन से सहमत है ? कारण बताइये। विज्ञापन द्वार किए जाने वाले कार्यो की व्याख्या कीजिये।
   'Advertising sells of product'. Do you agree with this statement? Give reasons. Explain the functions preformed by advertising.
- प्रभावी विपणन में विज्ञापन के महत्व की चर्चा कीजिये।
   Discuss the importance of advertising in effective marketing.
- 4. विज्ञापन के कार्यों की चर्चा कीजिये और संक्षेप में भारत के आर्थिक विकास में विज्ञापन की भूमिका की व्याख्या कीजिये।

  Discuss the functions of advertising and explain the role of advertising in economic development of India in brief.
- 5. एक प्रभावी विज्ञापन प्रतिलिपि (कापी) की विशेषताएं बताइये। What are the attributes of an effective ad-copy?

- 6. समाचार पत्रों के विज्ञापन के गुण—दोषों पर प्रकाश डालिए।
  Throw light on the merits and de-merits of newspaper advertising.
- 7. विज्ञापन के नैतिक पहलुओं की व्याख्या कीजिये। Explain the ethical aspects of advertising.
- विज्ञापन उत्पादन तकनीक को विस्तार से समझाइये।
   Describe the Advertise production techniques in detail.

--00--

PJ-123 R-000