

This question paper contains 8 printed pages]

Your Roll No. : .....

1. No. of Q. Paper : 7777 HC

Unique Paper Code : 22417510

Name of the Course : DSE for Commerce Honours

Name of the Paper : Advertising

Semester : V

Time : 3 Hours **Maximum Marks : 75**

**Instructions for Candidates :**

उम्मीदवारों के लिए निर्देश :

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

इस प्रश्न-पत्र के प्राप्त होने पर तुरंत शीर्ष पर अपना रोल नंबर लिखें।

(b) Attempt all questions.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

2. (a) Critically examine the DAGMAR approach for setting of advertising objectives. 8

विज्ञापन लक्ष्यों को स्थापित करने के लिए DAGMAR उपागम की आलोचनात्मक जाँच कीजिए।

P.T.O.

- (b) "Advertising expenditure in India is extravagant and socially wasteful". Do you agree with this statement? Give reasons in support of your answer. 7

"विज्ञापन खर्चे भारत में फालतू और सामाजिक दृष्टि से बेकार होते हैं"। क्या आप इस कथन से सहमत हैं? अपने उत्तर के समर्थन में कारण दीजिए।

OR

अथवा

- (a) Discuss the important methods of determining the advertising budget. 8

विज्ञापन बजट का निर्धारण करने की महत्वपूर्ण विधियों की विवेचना कीजिए।

- (b) "Advertising is an imperative economic function in modern business". Discuss the objectives and utility of advertising from the marketers and consumers point of view. 7

आधुनिक व्यवसाय में विज्ञापन एक आदेशक आर्थिक कार्य होता है।" इसके उद्देश्यों और विज्ञापन की विपणनकर्ताओं और उपभोक्ताओं की दृष्टि से उपयोगिता की विवेचना कीजिए।

- (a) What are the various types of layout available to advertisers? Give suitable examples. 8

विज्ञापनकर्ताओं को उपलब्ध विभिन्न प्रकार के लेआउट कौन-से हैं? उपयुक्त उदाहरण दीजिए।

- (b) Selection of celebrity as an endorser is an all time winning creative strategy." Do you agree? What could be the considerations in using an endorser for a fashion apparel brand? 7

ख्याति प्राप्त व्यक्ति को समर्थक के रूप में चुनना सदैव ही एक जीत दिलाने वाली रचनात्मक रणनीति होती है।" क्या आप सहमत हैं? फैशन पोशाक ब्रांड के लिए समर्थक का प्रयोग करने में किन बातों पर विचार किया जा सकता है?

OR

अथवा

- (a) What is an Advertising Appeal? What kind of appeal would be appropriate for the following products? 7

विज्ञापन अपील क्या होती है? निम्नलिखित उत्पादों के लिए किस प्रकार की अपील उपयुक्त होगी?

- (i) Fertilisers

उर्वरक

(ii) Baby Products

शिशु उत्पाद

(iii) Fans

पंखे

Also give a brief headline for any **one** of the above product according to the appeal suggested. 8

साथ ही सुझाई गई अपील के अनुसार उपर्युक्त उत्पादों में से किसी एक के लिए संक्षिप्त शीर्षक दीजिए।

(b) "Advertisement copy is the heart of an advertisement". Discuss the importance and elements of a good advertisement copy. 7

"विज्ञापन प्रतिलिपि विज्ञापन का हृदय होती है।" अच्छी विज्ञापन प्रतिलिपि के महत्त्व और तत्वों की विवेचना कीजिए।

3. (a) Suggest which advertising media is best suited for advertising the following products. (Give suitable reasons) 8

निम्नलिखित उत्पादों के विज्ञापन के लिए सबसे अधिक उपयुक्त विज्ञापन को सुझाइए। (उपयुक्त कारण दीजिए)

(i) Car batteries

कार की बैटरी

(ii) Herbal Shampoo

हर्बल शैम्पू

(iii) Refrigerator

रेफ्रिजरेटर

(iv) A new brand of noodles

नूडल की एक नई ब्रांड

(b) What is meant by selectivity, with regard to the purchase of advertising media? Discuss the various ways magazines offer selectivity to advertisers. 7

विज्ञापन माध्यम की खरीद के संबंध में वरणात्मकता से आप क्या समझते हैं? उन विभिन्न तरीकों की विवेचना कीजिए जिनसे मैगजीने विज्ञापन कर्ताओं के लिए वरणात्मकता प्रस्तावित करती हैं।

OR

अथवा

(a) "The ultimate goal of media planning is to place the message before the target audience effectively." In the light of this statement, develop an effective media plan for a consumer durable product. 8

माध्यम आयोजन को अन्तिम लक्ष्य संदेश को प्रभावी रूप में लक्ष्य श्रोता के सामने रखना है।" इस कथन के प्रकाश में उपभोक्ता टिकाऊ उत्पाद के लिए प्रभावी माध्यम योजना विकसित कीजिए।

- (b) "To reach to rural markets, marketers need to look beyond the conventional media options." Do you agree with the statement? Why? 7

ग्रामीण बाजारों में पहुँचने के लिए विपणनकर्ताओं को परंपरागत माध्यम विकल्पों से आगे देखने की आवश्यकता है। क्या आप इस कथन से सहमत हैं? क्यों?

4. (a) When can an advertisement become deceptive? What are the remedies available against deceptive advertising? 8

विज्ञापन कब भ्रामक हो सकता है? भ्रामक विज्ञापन के विरुद्ध कार्यवाही के लिए कौन-से उपाय उपलब्ध हैं?

- (b) Define an advertising agency. What are the functions of an advertising agency? 7

विज्ञापन एजेंसी की परिभाषा दीजिए। विज्ञापन एजेंसी के क्या कार्य हैं?

OR

अथवा

- (a) What are the various post-testing techniques available to a marketing manager to test the effectiveness of the advertisement? 8

विज्ञापन की प्रभाविता की जाँच करने के लिए विपणन प्रबंधक को उपलब्ध विभिन्न परीक्षणोत्तर तकनीकें कौन-सी हैं?

- (b) How has Advertising Standards Council of India (ASCI) ensured honesty and truthfulness in advertisements? 7

भारत की विज्ञापन मानक परिषद (ASCI) ने किस प्रकार विज्ञापनों में ईमानदारी और सत्यवादिता को सुनिश्चित किया है?

5. Attempt any **three** of the following : 5,5,5

निम्नलिखित में से किन्हीं तीन को कीजिए :

- (a) Types of advertising (Any **five**)

विज्ञापन की किस्में (कोई पाँच)

- (b) Audience selection.

श्रोता वरण

B. Com (+1)

Sem - I - III - V - 2 Set

7777

(c) **Methods of illustration**

उदाहरण की विधियाँ

(d) **Pre-testing techniques of measuring advertisement effectiveness**

विज्ञापन की प्रभाविता को मापने की पूर्व परीक्षण तकनीकें

(e) **Ethics in advertising**

विज्ञापन में नैतिकता