

(i) Printed Pages: 8]

Roll No.

(ii) Questions : 9+9+9]

Sub. Code :

0	5	2	8
---	---	---	---

Exam. Code :

0	0	0	6
---	---	---	---

**B.A./B.Sc. (General) 6th Semester
Examination**

1047

**JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
(Advertising and Public Relations)
(In All Mediums)**

Time : 3 Hours]

[Max. Marks : 70

Note :- (i) Attempt *five* questions in all taking *one* from each Unit.

(ii) Each question carries equal marks.

(iii) Q. No. 1 is compulsory. Do any *four* from next 4 units.

1. Write short notes on (any *seven*) :

(i) PR Vs Advertising

(ii) Global Advertising

(iii) PRO

(iv) Copywriter

(v) PR agency

N-286

(1)

Turn Over

(vi) Benefits of PR

(vii) Press release

(viii) Internet advertising

(ix) PR in crisis situation

(x) Creative dept in an Ad agency

7×2=14

Unit-I

2. Why are marketers all over the world spending heavily on advertising ?

Or

3. Explain the structure of a national level Ad agency. 14

Unit-II

4. What is copywriting and why is it important in advertising ?

Or

5. What considerations are kept in mind while writing copy for an ad ? 14

Unit-III

6. Explain the different types of public in context of PR.

Or.

7. Explain the organization structure of a PR agency. 14

Unit-IV

8. Explain the importance of Newsletter and Printed Literatures as important PR tools.

Or

9. How should a PRO handle media for gaining advantage for his/her organization ?

14

हिन्दी माध्यम

नोट :- (i) प्रत्येक इकाई से एक प्रश्न चुनते हुए कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए।

(ii) सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

(iii) प्रश्न संख्या 1 अनिवार्य है। चार इकाइयों से एक-एक प्रश्न कीजिए।

1. किन्हीं सात पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए :

(i) PR बनाम विज्ञापन

(ii) वैश्विक विज्ञापन

(iii) P.R.O.

(iv) कॉपी राइटर

(v) PR एजेंसी

(vi) PR के लाभ

(vii) प्रेस रिलीज

(viii) इन्टरनेट विज्ञापन

(ix) संकटकालीन स्थिति में PR

(x) विज्ञापन एजेंसी में रचनात्मक विभाग

7×2=14

इकाई-I

2. विपणक सारे विश्व में विज्ञापन पर ज्यादा खर्च क्यों करते हैं ?

अथवा

3. राष्ट्रीय स्तर की विज्ञापन एजेंसी की संरचना लिखिए। 14

इकाई-II

4. कॉपी राइटिंग क्या है तथा विज्ञापन में यह क्यों महत्वपूर्ण है ?

अथवा

5. एक विज्ञापन के लिए कॉपी लिखते समय किन बातों को ध्यान में रखा जाता है ? 14

इकाई-III

6. PR के संबंध में सार्वजनिक के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कीजिए।

अथवा

7. PR एजेंसी के गठन की संरचना का वर्णन कीजिए। 14

इकाई-IV

8. महत्वपूर्ण PR के उपकरणों के रूप में न्यूजलेटर तथा मुद्रित साहित्य का वर्णन कीजिए।

अथवा

9. अपने संगठन के लिए लाभ प्राप्त करने में PRO को मीडिया
का कैसे संचालन करना चाहिए ?

14

ਪੰਜਾਬੀ ਮਾਧਿਅਮ

ਨੋਟ :- (1) ਹਰ ਇੱਕ ਇਕਾਈ ਤੋਂ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਚੁਣਦੇ ਹੋਏ ਕੁੱਲ ਪੰਜ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਦਿਓ ।

(2) ਸਾਰੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਦੇ ਅੰਕ ਸਮਾਨ ਹਨ ।

(3) ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਨੰ.1 ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ। ਚਾਰ ਇਕਾਈਆਂ ਵਿਚੋਂ ਇੱਕ-ਇੱਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

1. ਕਿਸੇ ਸੱਤ ਉੱਤੇ ਸੰਖੇਪ ਟਿੱਪਣੀਆਂ ਲਿਖੋ :

(1) PR ਬਨਾਮ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ

(2) ਸੰਸਾਰਿਕ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ

(3) P.R.O.

(4) ਕਾਪੀ ਰਾਇਟਰ

(5) PR ਏਜੰਸੀ

(6) PR ਦੇ ਲਾਭ

(7) ਪ੍ਰੈਸ ਰਿਲੀਜ਼

(8) ਇੰਟਰਨੈਟ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ

(9) ਸੰਕਟਕਾਲੀਨ ਹਾਲਤ ਵਿੱਚ PR

(10) ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਏਜੰਸੀ ਵਿੱਚ ਰਚਨਾਤਮਕ ਵਿਭਾਗ $7 \times 2 = 14$

ਇਕਾਈ-I

2. ਸਾਰੇ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਵਪਾਰੀ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਉੱਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਖਰਚ ਕਿਉਂ ਕਰਦੇ ਹਨ?

ਜਾਂ

3. ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਪੱਧਰ ਦੀ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਏਜੰਸੀ ਦੀ ਸੰਰਚਨਾ ਲਿਖੋ। 14

ਇਕਾਈ-II

4. ਕਾਪੀ ਰਾਇਟਿੰਗ ਕੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਵਿੱਚ ਇਹ ਕਿਉਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਣ ਹੈ ?

ਜਾਂ

5. ਇੱਕ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਲਈ ਕਾਪੀ ਲਿਖਦੇ ਸਮੇਂ ਕਿੰਨ੍ਹਾਂ ਗੱਲਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ? 14

ਇਕਾਈ-III

6. PR ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਸਰਵਜਨਿਕ ਦੇ ਵਿਭਿੰਨ ਪਰਕਾਰਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਜਾਂ

7. PR ਏਜੰਸੀ ਦੇ ਗਠਨ ਦੀ ਸੰਰਚਨਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ। 14

ਇਕਾਈ-IV

8. ਮਹੱਤਵਪੂਰਣ PR ਦੇ ਸਮੱਗਰੀਆਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਨਿਊਜ਼ਲੇਟਰ ਅਤੇ ਛਪੇ ਸਾਹਿਤ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ ।

ਜਾਂ

9. ਆਪਣੇ ਸੰਗਠਨ ਲਈ ਲਾਭ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ PRO ਨੂੰ ਮੀਡੀਆ ਦਾ ਕਿਵੇਂ ਸੰਚਾਲਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ? 14