

(i) Printed Pages : 4

Roll No.

(ii) Questions : 9

Sub. Code :

0	5	2	7
---	---	---	---

Exam. Code :

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

**B.A./B.Sc. (General) 6th Semester
(2053)**

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

(In all Mediums)

Paper : Advertising & Public Relations

Time Allowed : Three Hours]

[Maximum Marks : 70

Note :— Question No I is compulsory. Attempt **one** question from each unit.

I. Attempt any **seven** in **50-75** words each :

- (a) 4Ps
- (b) Rational appeal
- (c) Sales promotion
- (d) AIDA
- (e) Internal PR Public
- (f) Crisis communication
- (g) Tagline
- (h) Press Conference
- (i) Newsletter
- (j) Branding

2×7=14

UNIT—I

II. Describe the various types of advertising with examples.

OR

III. Define advertising. What are its functions ?

14

UNIT—II

IV. Define copywriting. What are the elements of a print ad ?

OR

V. What are the principles of advertising copywriting ?

14

UNIT—III

VI. Define Public Relations. What is the role of a PR professional in the private sector ?

OR

VII. What are the types of PR Publics ? Describe the principles of practicing PR in the public sector. 14

UNIT—IV

VIII. Describe the various PR tools that can be used by a clothing brand.

OR

IX. Describe media relations. How can a PR professional effectively manage relations with the media ? 14

(हिन्दी माध्यम)

नोट :— प्रश्न संख्या I अनिवार्य है। प्रत्येक यूनिट में से एक प्रश्न करें।

I. कोई सात प्रश्न (प्रत्येक 50–75 शब्दों में) कीजिए :

- (a) 4Ps
- (b) तर्कसंगत अपील
- (c) बिक्री संवर्धन
- (d) AIDA
- (e) आंतरिक जनसंपर्क जनता
- (f) संकट संचार
- (g) टैगलाइन
- (h) पत्रकार सम्मेलन
- (i) न्यूज़लेटर
- (j) ब्रांडिंग।

2×7=14

यूनिट—I

II. विज्ञापन के विभिन्न प्रकारों का उदाहरणों सहित वर्णन कीजिए।

अथवा

III. विज्ञापन को परिभाषित कीजिए। इसके कार्य क्या हैं ? 14

ਯੂਨਿਟ—II

IV. ਕਾੱਪੀ ਰਾਇਟਿੰਗ ਕੋ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ। ਏਕ ਪ੍ਰਿੰਟ ਵਿਜ਼ਾਪਨ ਕੇ ਤਤਵ ਕਯਾ ਹੈ ?

ਅਥਵਾ

V. ਵਿਜ਼ਾਪਨ ਕਾੱਪੀ ਰਾਇਟਿੰਗ ਕੇ ਸਿਫ਼ਾਨਤ ਕਯਾ ਹੈ ?

14

ਯੂਨਿਟ—III

VI. ਜਨਸੰਪਰਕ ਕੋ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਜ਼ਿਏ। ਨਿਜੀ ਖ਼ੇਤਰ ਮੇਂ ਜਨਸੰਪਰਕ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਕੀ ਕਯਾ ਭੂਮਿਕਾ ਹੈ ?

ਅਥਵਾ

VII. ਜਨਸੰਪਰਕ ਜਨਤਾ ਕਿਤਨੇ ਪ੍ਰਕਾਰ ਕੀ ਹੋਤੀ ਹੈ ? ਸਾਰਵਜਨਿਕ ਖ਼ੇਤਰ ਮੇਂ ਜਨਸੰਪਰਕ ਕੇ ਅਭਯਾਸ ਕੇ ਸਿਫ਼ਾਨਤੋਂ ਕਾ ਵਰਨਿ ਕਰੋ।

14

ਯੂਨਿਟ—IV

VIII. ਕਪਡੋਂ ਕੇ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੁਵਾਰਾ ਉਪਯੋਗ ਕੀਏ ਜਾ ਸਕਨੇ ਵਾਲੇ ਵਿਭਿੰਨ ਜਨਸੰਪਰਕ ਸਾਧਨੋਂ ਕਾ ਵਰਨਿ ਕਰੋ।

ਅਥਵਾ

IX. ਮੀਡਿਯਾ ਸੰਬੰਧੋਂ ਕਾ ਵਰਨਿ ਕਰੋ। ਏਕ ਜਨਸੰਪਰਕ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਮੀਡਿਯਾ ਕੇ ਸਾਥ ਸੰਬੰਧੋਂ ਕੋ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਢੰਗ ਸੇ ਕੈਸੇ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਕਰ ਸਕਤਾ ਹੈ ?

14

(ਪੰਜਾਬੀ ਅਨੁਵਾਦ)

ਨੋਟ :— ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਨੰਬਰ I ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਯੂਨਿਟ ਤੋਂ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

I. ਕੋਈ ਸੱਤ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ 50-75 ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਕਰੋ :

(a) 4Ps

(b) ਤਰਕਸ਼ੀਲ ਅਪੀਲ

(c) ਵਿਕਰੀ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ

(d) AIDA

(e) ਅੰਦਰੂਨੀ PR ਪਬਲਿਕ

(f) ਸੰਕਟ ਸੰਚਾਰ

- (g) ਟੈਗਲਾਈਨ
- (h) ਪ੍ਰੋਸ ਕਾਨਫਰੰਸ
- (i) ਨਿਊਜ਼ਲੈਟਰ
- (j) ਬ੍ਰਾਂਡਿੰਗ

2×7=14

ਯੂਨਿਟ-I

II. ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੀਆਂ ਕਈ ਕਿਸਮਾਂ ਦਾ ਵਰਨਣ ਕਰੋ।
ਜਾਂ

III. ਵਿਗਿਆਪਨ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ। ਇਸ ਦੇ ਕੰਮ ਕੀ ਹਨ ? 14

ਯੂਨਿਟ-II

IV. ਕਾਪੀਰਾਈਟਿੰਗ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ। ਇੱਕ ਪ੍ਰਿੰਟ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇ ਤੱਤ ਕੀ ਹਨ ?

ਜਾਂ

V. ਵਿਗਿਆਪਨ ਕਾਪੀਰਾਈਟਿੰਗ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤ ਕੀ ਹਨ ? 14

ਯੂਨਿਟ-III

VI. ਪਲਲਿਕ ਰਿਲੇਸ਼ਨ ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਦਿਓ। ਪ੍ਰਾਈਵੇਟ ਸੈਕਟਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ PR ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਦੀ ਕੀ ਭੂਮਿਕਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ?

ਜਾਂ

VII. PR ਪਬਲਿਕ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਕੀ ਹਨ ? ਜਨਤਕ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ PR ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰਨ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦਾ ਵਰਨਣ ਕਰੋ। 14

ਯੂਨਿਟ-IV

VIII. ਵੱਖ-ਵੱਖ PR ਸਾਧਨਾਂ ਦਾ ਵਰਨਣ ਕਰੋ ਜੋ ਕੱਪੜੇ ਦੇ ਬ੍ਰਾਂਡ ਦੁਆਰਾ ਵਰਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਜਾਂ

IX. ਮੀਡੀਆ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦਾ ਵਰਨਣ ਕਰੋ। ਇੱਕ PR ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਮੀਡੀਆ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ? 14