

(i) Printed Pages : 4

Roll No.

(ii) Questions : 14

Sub. Code :

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

Exam. Code :

0	0	0	3
---	---	---	---

B.A./B.Sc. (General) 3rd Semester
(2123)

18

ADVERTISING, SALES PROMOTION & SALES

MANAGEMENT (In all Mediums)

Paper -III : Advertising Media

Time Allowed : Three Hours]

[Maximum Marks : 100

Note :— Attempt any **FOUR** questions from Section-A and attempt any **TWO** questions from Section-B and any **TWO** questions from Section-C.

SECTION-A

1. What is Internet advertising ?
2. What are the disadvantages of using direct mail ?
3. Define advertising effectiveness.
4. Explain communication effect.
5. Define role of Advertising Agencies.
6. What is Media Scheduling ?

4×5=20

SECTION-B

7. What is advertisement ? Explain its advantages and disadvantages.

20

8. The success of advertisement campaign depends on proper selection of Media. Discuss. 20
9. What is Media scene in India ? Explain in detail. 20
10. Discuss the problems encountered in reaching Rural Audience and Markets. 20

SECTION-C

11. Discuss the importance and difficulties of measuring Advertising Effectiveness. 20
12. Discuss the difference between misleading and deceptive advertising and what are the functions of advertising department ? 20
13. Explain the regulations of Advertising in India. 20
14. What is process of communication ? 20

(हिन्दी माध्यम)

नोट :- भाग-क में से किन्हीं चार प्रश्नों को करें और भाग-ख में से किन्हीं दो प्रश्नों को करें और भाग-ग में से किन्हीं दो प्रश्नों को करें।

भाग-क

1. इंटरनेट विज्ञापन क्या है ?
2. डायरेक्ट मेल का उपयोग करने के क्या नुकसान हैं ?
3. विज्ञापन प्रभावशीलता को परिभाषित करें।
4. संचार प्रभाव को समझाइये।
5. विज्ञापन एजेंसियों की भूमिका परिभाषित करें।
6. मीडिया शेड्यूलिंग क्या है ?

4×5=20

भाग-ख

7. विज्ञापन क्या है ? इसके फायदे और नुकसान बताएं। 20
8. मीडिया के उचित चयन पर विज्ञापन अभियान की सफलता निर्भर करती है। चर्चा करें। 20
9. भारत में मीडिया परिदृश्य क्या है ? विस्तार में व्याख्या करें। 20
10. ग्रामीण दर्शकों और बाजारों तक पहुँचने में आनेवाली समस्याओं पर चर्चा करें। 20

भाग-ग

11. विज्ञापन प्रभावशीलता को मापने के महत्व और कठिनाइयों पर चर्चा करें। 20
12. भ्रामक एवं कपटपूर्ण विज्ञापन के बीच अंतर पर चर्चा करें तथा विज्ञापन विभाग के कार्य क्या हैं ? 20
13. भारत में विज्ञापन के नियमों की व्याख्या करें। 20
14. संचार की प्रक्रिया क्या है ? 20

(ਪੰਜਾਬੀ ਅਨੁਵਾਦ)

ਨੋਟ :- ਭਾਗ-ੳ ਤੋਂ ਕੋਈ ਚਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ ਅਤੇ ਭਾਗ-ਅ ਤੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਅਤੇ ਭਾਗ-ੲ ਤੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

ਭਾਗ-ੳ

1. ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਵਿਗਿਆਪਨ ਕੀ ਹੈ ?
2. ਡਾਇਰੈਕਟ ਮੇਲ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਕੀ ਨੁਕਸਾਨ ਹਨ ?
3. ਵਿਗਿਆਪਨ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
4. ਸੰਚਾਰ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
5. ਵਿਗਿਆਪਨ ਏਜੰਸੀਆਂ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
6. ਮੀਡੀਆ ਸ਼ਡਿਊਲਿੰਗ ਕੀ ਹੈ ?

4×5=20

7. ਵਿਗਿਆਪਨ ਕੀ ਹੈ ? ਇਸਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨਾਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ। 20
8. ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਸਹੀ ਚੋਣ 'ਤੇ ਵਿਗਿਆਪਨ ਮੁਹਿੰਮ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20
9. ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਮੀਡੀਆ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਕੀ ਹੈ ? ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਓ। 20
10. ਪੇਂਡੂ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਅਤੇ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਵਿੱਚ ਆਈਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20

ਭਾਗ-ੲ

11. ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਦੇ ਮਹੱਤਵ ਅਤੇ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20
12. ਗੁੰਮਰਾਹਕੁੰਨ ਅਤੇ ਧੋਖੇਬਾਜ਼ ਵਿਗਿਆਪਨ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ ਅਤੇ ਵਿਗਿਆਪਨ ਵਿਭਾਗ ਦੇ ਕੰਮ ਕੀ ਹਨ ? 20
13. ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਗਿਆਪਨ ਦੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। 20
14. ਸੰਚਾਰ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਕੀ ਹੈ ? 20