

(i) Printed Pages : 4

Roll No.

(ii) Questions : 14 Sub. Code :

1	7	2	5	7
---	---	---	---	---

Exam. Code :

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

**B.A./B.Sc. (General) 3rd Semester
(2124)**

**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 Deceptive Advertisement ?
2. What are the disadvantages of using direct mail ?
3. Define advertising effectiveness.
4. Explain Pre-testing.
5. Define functions of Advertising Agencies.
6. What is Media Planning ? 4×5=20

SECTION—B

7. What are the types of Electronic Media ? Explain their advantages and disadvantages. 20
8. What problems are faced by businesses in reaching Rural Audience and Markets ? 20
9. What is Media scene in India ? Explain in detail. 20

10. Is cost of Advertisements related to sales ? Also discuss the impact of cost on choice of Media. 20

SECTION—C

11. What are the methods of measuring advertising effectiveness ? Discuss them in detail. 20
12. Discuss the functions of Advertising departments in detail. 20
13. Discuss the regulations of advertising in India in detail. 20
14. Discuss the factors affecting the selection of advertising agency. 20

(हिन्दी माध्यम)

नोट :- भाग A से कोई चार प्रश्न हल करें तथा भाग B से कोई दो प्रश्न तथा भाग C से कोई दो प्रश्न हल करें।

भाग-A

1. भ्रामक विज्ञापन क्या है ?
2. डायरेक्ट मेल का उपयोग करने के क्या नुकसान हैं ?
3. विज्ञापन प्रभावशीलता को परिभाषित करें।
4. प्री-टेस्टिंग की व्याख्या करें।
5. विज्ञापन एजेंसियों के कार्यों को परिभाषित करें।
6. मीडिया प्लानिंग क्या है ? 4×5=20

भाग-B

7. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के प्रकार क्या हैं ? उनके फायदे और नुकसान बताएं। 20
8. ग्रामीण दर्शकों और बाजारों तक पहुँचने में व्यवसायों को किन समस्याओं का सामना करना पड़ता है ? 20

9. भारत में मीडिया परिरदृश्य क्या है ? विस्तार से समझाएँ। 20
10. क्या विज्ञापनों की लागत बिक्री से संबंधित है ? मीडिया के चयन पर लागत के प्रभाव की भी चर्चा करें। 20

भाग-C

11. विज्ञापन प्रभावशीलता मापने के तरीके क्या हैं ? उन पर विस्तार से चर्चा करें। 20
12. विज्ञापन विभागों के कार्यों पर विस्तार से चर्चा करें। 20
13. भारत में विज्ञापन के नियमों पर विस्तार से चर्चा करें। 20
14. विज्ञापन एजेंसी के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों पर चर्चा करें। 20

(पंजाबी अनुवाद)

नोट :- भाग-A ਤੋਂ ਕੋਈ ਚਾਰ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ ਅਤੇ ਭਾਗ-B ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਅਤੇ ਭਾਗ-C ਵਿੱਚੋਂ ਕੋਈ ਦੋ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

भाग-A

1. ਕਪਟਪੂਰਨ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਕੀ ਹੈ ?
2. ਡਾਇਰੈਕਟ ਮੇਲ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੇ ਕੀ ਨੁਕਸਾਨ ਹਨ ?
3. ਵਿਗਿਆਪਨ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
4. ਪ੍ਰੀ-ਟੈਸਟਿੰਗ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
5. ਵਿਗਿਆਪਨ ਏਜੰਸੀਆਂ ਦੇ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
6. ਮੀਡੀਆ ਪਲੈਨਿੰਗ ਕੀ ਹੈ ? 4×5=20

भाग-B

7. ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਮੀਡੀਆਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ ਕੀ ਹਨ ? ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨਾਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ। 20
8. ਪੇਂਡੂ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਅਤੇ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਵਿੱਚ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਕਿਹੜੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ? 20

9. ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਮੀਡੀਆ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਕੀ ਹੈ ? ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਸਮਝਾਓ। 20
10. ਕੀ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਾਂ ਦੀ ਲਾਗਤ ਵਿਕਰੀ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ ? ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਚੋਣ 'ਤੇ ਲਾਗਤ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਬਾਰੇ ਵੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20

ਭਾਗ-C

11. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਦੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਨੂੰ ਮਾਪਣ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਤਰੀਕੇ ਹਨ ? ਉਨ੍ਹਾਂ 'ਤੇ ਵਿਸਥਾਰ ਨਾਲ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20
12. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਵਿਭਾਗਾਂ ਦੇ ਕਾਰਜਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20
13. ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਦੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20
14. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਏਜੰਸੀ ਦੀ ਚੋਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ। 20