

APR-201**Strategic Public Relations and Management**

(रणनीतिक जनसम्पर्क व प्रबन्धन)

P. G. Diploma in Advertising and Public Relations
(PGDAPR-12/16/17)

Second Semester, Examination, 2017

Time : 3 Hours

Max. Marks : 80

Note : This paper is of **eighty (80)** marks containing **three (03)** Sections A, B and C. Learners are required to attempt the questions contained in these Sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न पत्र अस्सी (80) अंकों का है जो तीन (03) खण्डों 'क', 'ख' तथा 'ग' में विभाजित है। शिक्षार्थियों को इन खण्डों में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

Section-A / खण्ड-क

(Long Answer Type Questions) / (दीर्घ उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'A' contains four (04) long answer type questions of nineteen (19) marks each. Learners are required to answer *two* (02) questions only.

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं।
प्रत्येक प्रश्न के लिए उन्नीस (19) अंक निर्धारित हैं।
शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो (02) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. What in your view are the communication objectives and target groups of the following campaigns ? Critically analyse the creative treatment in the respective campaigns :

Jaha shauch waha shauchalaya

Or

Paytm—Paytm Karo

आपके विचार से निम्नलिखित कैम्पेन के संचार उद्देश्य और लक्ष्य समूह कौन-से हैं ? सम्बन्धित कैम्पेन में क्रिएटिव ट्रीटमेंट को विश्लेषित कीजिए :

जहाँ शौच वहाँ शौचालय

या

पेटीएम—पेटीएम करो

2. Explain the functions and scope of Public Relations in the Indian context. Discuss the role of Mahatma Gandhi as a PR practitioner.

भारत के सन्दर्भ में जनसम्पर्क के कार्य और क्षेत्र की व्याख्या कीजिए। एक जनसम्पर्ककर्ता के रूप में महात्मा गांधी की भूमिका की चर्चा कीजिए।

3. Give a detailed note on the stages in Public Relation Process. Explain code of ethics for public relations professionals.

जनसम्पर्क प्रक्रिया के विभिन्न चरणों पर एक विस्तृत टिप्पणी लिखिए। जनसम्पर्क पेशेवरों के लिए आचार संहिता की व्याख्या कीजिए।

4. Social Networking Sites (SNS) are the new way of using space for selling goods and image building simultaneously. Do you consider 'popping up of advertisements' as a good marketing strategy or interference in your personal space.

सोशल नेटवर्किंग साइटों को सामान बेचने और छवि निर्माण के स्थान के नए माध्यम रूप में देखा जा रहा है। 'जबरदस्ती विज्ञापन को घुसाना' क्या अच्छी विपणन रणनीति है या आपके निजी स्पेस में हस्तक्षेप? आपको क्या लगता है?

Section-B / खण्ड-ख

(Short Answer Type Questions) / (लघु उत्तरीय प्रश्न)

Note : Section 'B' contains eight (08) short answer type questions of eight (08) marks each. Learners are required to answer *four* (04) questions only.

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए आठ (08) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Mention the factors that determined the need for PR.
उन तत्वों की चर्चा कीजिए, जिनसे जनसम्पर्क की जरूरत निर्धारित हुई।

2. Write *five* functions of PR practitioners.
जनसम्पर्ककर्ताओं के पाँच कार्य लिखिए।
3. Write the qualities of an ideal PRO.
एक आदर्श जनसम्पर्क अधिकारी के गुणों पर प्रकाश डालिए।
4. Distinguish between propaganda, publicity and advertising.
अधि-प्रचार, प्रचार और विज्ञापन में अन्तर स्पष्ट कीजिए।
5. Current taglines are reflected along with the brand names. Write alternative tagline for the following brands :
निम्नलिखित ब्राण्ड के उत्पादों को मौजूदा टैगलाइन से प्रतिबिंबित किया जाता है। आप इन ब्रांडों के लिए कोई नई टैगलाइन लिखिए :
 - Nike : “Just Do it”
 - Apple : “Think Different”
 - Surf : “DaagAccheHain”
 - Thums Up : “Taste The Thunder”
6. What is SWOT analysis ? How could it play an important role in the crisis management ?
स्वोट विश्लेषण क्या है ? संकट प्रबन्धन में यह कैसे महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है ?
7. According to you, what shall be the ideal parameters for appointing a Public Relation Officer (PRO) in any government or private organization ?
आपके अनुसार किसी सरकारी या निजी संगठन में जनसम्पर्क अधिकारी के चयन हेतु क्या मानदंड होने चाहिए ?

8. Do you think terms like 'Networking' or 'Jugaad' has somehow discouraged youths to enter in the media field and even put a question mark on the integrity of media ethics per se ?

क्या आपको लगता है कि 'नेटवर्किंग' या 'जुगाड़' जैसे जुमलों की वजह से युवा मीडिया के क्षेत्र में नहीं आ रहे, यहाँ तक कि मीडिया की आचार संहिता पर ही सवाल खड़े कर दिए हैं ?

Section-C / खण्ड-ग

(Objective Type Questions) / (वस्तुनिष्ठ प्रश्न)

Note : Section 'C' contains ten (10) objective type questions of one (01) mark each. All the questions of this Section are compulsory.

नोट : खण्ड 'ग' में दस (10) वस्तुनिष्ठ प्रश्न दिये गये हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए एक (01) अंक निर्धारित है। इस खण्ड के सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

Answer in one line each :

एक-एक पंक्ति में उत्तर दीजिए :

1. Define Campaign.
कैम्पेन को परिभाषित कीजिए।
2. What is Lobbying ?
लोबिंग क्या है ?
3. Explain public opinion.
जनसम्पर्क क्या है ?
4. What is PRSI ?
पी. आर. एस. आई. क्या है ?

5. It is difficult task as it is people's actions that builds or destroys of an organization.
 किसी संगठन के को बनाना या नष्ट करना एक कठिन कार्य है क्योंकि यह लोगों का काम है।
6. Public is stronger than legal right or military might.
 सार्वजनिक कानूनी अधिकार या सैन्य ताकत से ज्यादा मजबूत है।
7. The copywriter is responsible for writing the copy of the advertisement in terms of
 के मामले में कॉपी लेखक विज्ञापन की कॉपी लिखने के लिए जिम्मेदार है।
8. Explain AIDA.
 आईडा क्या है ?
9. It is the PR practitioners' task to and enhance the organizations reputation.
 और संगठन की प्रतिष्ठा को विस्तार देना जन सम्पर्ककर्ता का दायित्व है।
10. Testimony means actual user share their in the form of an ad.
 एक विज्ञापन के रूप में शपथ-पत्र का मतलब होता है।
 वास्तविक प्रयोगकर्ता अपने शेयर करता है।