

APR-203

Tools of Advertising

(विज्ञापन के तौर-तरीके)

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

Second Semester, Examination, 2018

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. Elucidate with examples, need and scope of media planning in advertising.
उदाहरणों के साथ विज्ञापन में मीडिया प्लान की आवश्यकता और व्यापकता स्पष्ट कीजिए।
2. Explain the organizational structure of a full service ad-agency and the functions of its departments.
एक पूर्ण सेवा विज्ञापन एजेंसी की संगठनात्मक संरचना और उसके विभागों के कार्यों को समझाइये।
3. What are the cultural barriers in global advertising campaign ? Explain at least *two* with suitable examples.
एक वैश्विक विज्ञापन अभियान में सांस्कृतिक अवरोध क्या होंगे ? किन्हीं दो उपयुक्त उदाहरणों के साथ समझाइये।
4. Delineate ten rules of crisis communications management.
संकटकालीन संचार प्रबन्धन के दस नियमों को चित्रित कीजिए।

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. Comment on Synergy between copy and art.
कॉपी और कला की सहक्रिया पर टिप्पणी कीजिए।
2. Elaborate the concept of market segmentation in advertising.
विज्ञापन में बाजार विभाजन की अवधारणा को विस्तृत कीजिए।
3. Discuss the crisis management role of public relations with case study.
केस अध्ययन के साथ जन-सम्पर्क की संकट प्रबन्धन की भूमिका पर चर्चा कीजिए।
4. Elucidate DAGMAR approach in advertising.
विज्ञापन में DAGMAR दृष्टिकोण को स्पष्ट कीजिए।
5. Discuss the models of Public Relations as enunciated by James Grunig and Todd Hunt.
जेम्स ग्रेनिग और टोड हंट द्वारा प्रतिपादित जन-सम्पर्क के मॉडल के विषय में चर्चा कीजिए।
6. Elucidate various types of integrated market communication tools.
एकीकृत बाजार संचार उपकरणों के विभिन्न प्रकारों को स्पष्ट कीजिए।

7. Advertisement is the backbone of modern marketing. Elaborate with examples.
विज्ञापन आधुनिक विपणन की रीढ़ है। उदाहरणों के साथ विस्तृत कीजिए।
8. How is public relations different from propaganda ?
जनसम्पर्क प्रचार से अलग कैसे है ?

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।

Choose the correct alternative :

सही विकल्प चुनिए :

1. When an advertisement encompasses the column margins also, it is called :

- (a) Bleed
- (b) Island
- (c) Gutter
- (d) Clutter

जब कोई विज्ञापन कॉलम मार्जिन को भी शामिल करता है, तो उसे कहा जाता है :

- (अ) ब्लीड

- (ब) आइलैंड
- (स) गटर
- (द) क्लटर

2. Which government organization works for Audio-Visual Publicity ?

- (a) DIPR
- (b) ABC
- (c) Photo Division
- (d) DAVP

कौन-सा सरकारी संगठन ऑडियो-विजुअल प्रचार के लिए काम करता है ?

- (अ) डी. आई. पी. आर
- (ब) ए. बी. सी.
- (स) फोटो प्रभाग
- (द) डी. ए. वी. पी.

3. The last stage of PLC is :

- (a) Maturity
- (b) Introduction
- (c) Growth
- (d) Decline

पी. एल. सी. के लिए अंतिम चरण है :

- (अ) परिपक्वता
- (ब) परिचय
- (स) विकास
- (द) ढलना

4. Pop ups ads belong to which medium ?

- (a) Newspaper
- (b) OOH
- (c) Website
- (d) None of the above

पॉप अप्स किस माध्यम का विज्ञापन है :

- (अ) समाचारपत्र
- (ब) ओ. ओ. एच.
- (स) वेबसाइट
- (द) इनमें से कोई नहीं

5. OOH stands for

- (a) out of home
- (b) out of Hindi
- (c) old okay home
- (d) old office home

ओ. ओ. एच. का पूर्ण रूप है

- (अ) आउट ऑफ होम
- (ब) आउट ऑफ हिन्दी
- (स) ओल्ड ओके होम
- (द) ओल्ड ऑफिस होम

6. Brand is a special and reputed recognition :

- (a) False
- (b) True

ब्रांड किसी कम्पनी की या लोगों की विशेष एवं सम्मानित पहचान है :

- (अ) गलत
- (ब) सही

7. Which of the following is not an enle of the IMC ?

- (a) Ensure that you have a brand book
- (b) Share act work with other units
- (c) Think about your product first and not about your market
- (d) Start with a zero budget

निम्न में से कौन-सी आई. एम. सी. की एक शाखा नहीं है :

- (अ) सुनिश्चित कीजिए कि आपके पास एक ब्रांड की किताब है
- (ब) अन्य इकाइयों के साथ कार्य साझा कीजिए
- (स) अपने उत्पाद के बारे में पहले सोचें और आपके बाजार के बारे में नहीं
- (द) शून्य बजट से आरम्भ कीजिए

8. During the post purchase phase, the maximum effectiveness is that of :

- (a) sales promotion
- (b) personal selling
- (c) advertising
- (d) publicity

पोस्ट खरीद चरण के दौरान, अधिकतम प्रभावशीलता इसकी है :

- (अ) बिक्री प्रचार
- (ब) व्यक्तिगत बिक्री
- (स) विज्ञापन
- (द) प्रचार

9. 'Retention depends upon :

- (a) Time gap
- (b) Clarity of the message
- (c) Values
- (d) All of the above

प्रतिधारण निर्भर करता है :

- (अ) समय अंतराल पर
- (ब) संदेश की स्पष्टता पर
- (स) मूल्यों पर
- (द) उपर्युक्त सभी पर

10. What influences the attitude ?

- (a) Value symbols
- (b) Events
- (c) Appeals through communication
- (d) All of the above

रवैया को क्या प्रभावित करता है ?

- (अ) मूल्य प्रतीक
- (ब) आयोजन
- (स) संचार के माध्यम से अपील
- (द) उपर्युक्त सभी