

JMC-06/MJMC-202

Advertising and Public Relations

(विज्ञापन और जनसम्पर्क)

PG Diploma in Journalism and Mass Com/M.A.

Journalism and Mass com.

(PGDJMC/MAJMC-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. How do you classify 'Publics' in Public Relations ?
Write about the major types of publics in corporate public relations.

आप जन-सम्पर्क में जनसमूह (पब्लिक) का वर्गीकरण कैसे करते हैं ? कॉर्पोरेट जन-सम्पर्क में प्रमुख प्रकार के जनसमूह (पब्लिक) के विषय में लिखिये।

2. Write a note on cultural impact of advertisement on intrinsic human values.

आंतरिक मानव मूल्यों पर विज्ञापन के सांस्कृतिक प्रभाव पर एक नोट लिखिये।

3. Elaborate the social-cultural and psychological determinants of Advertising in India.

भारत में विज्ञापन के सामाजिक-सांस्कृतिक और मनोवैज्ञानिक निर्धारकों को विस्तारित कीजिए।

4. Citing a case, explain how can a sustained PR campaign benefit a multinational corporation ?

एक प्रकरण का हवाला देते हुए समझाइये कि निरन्तर जन-सम्पर्क अभियान एक बहुराष्ट्रीय निगम को कैसे लाभ पहुँचा सकता 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. Explain the concept of Grapevine Communication.
ग्रेपवाइन संचार की अवधारणा को समझाइये।
2. Write a note on Account Planning.
खाता योजना पर एक नोट लिखिये।
3. Is ethical public relation an oxymoron ? Comment.
नैतिक जन-सम्पर्क एक विरोधाभास है ? टिप्पणी कीजिए।
4. What is surrogate advertisement ? Describe.
छद्म विज्ञापन क्या होते हैं ? समझाइये।
5. What all contributes to the development of a brand personality ?
एक ब्रांड पर्सनैलिटी के विकास में योगदान के कारक कौन-से हैं ?
6. Define media scheduling and briefly explain its different strategies.
मीडिया शेड्यूलिंग को परिभाषित कीजिए और अपनी विभिन्न रणनीतियों को संक्षेप में बताइये।

7. What is Military advertising ?
सैन्य विज्ञापन क्या है ?
8. How the effectiveness of advertising media can be measured ?
विज्ञापन मीडिया की प्रभावशीलता कैसे मापी जा सकती 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. Communication audit is commonly employed in the field of :
 - (a) Advertising
 - (b) Public relations
 - (c) Newspaper publishing
 - (d) Broadcast

संचार लेखापरीक्षा सामान्यतः निम्नलिखित में से किस क्षेत्र में की जाती है ?

 - (अ) विज्ञापन
 - (ब) जनसम्पर्क
 - (स) समाचारपत्र प्रकाशन
 - (द) प्रसारण

2. A premium rate for a special position to advertise is known as :

- (a) Make good rate
- (b) Impact rate
- (c) Mandatory rate
- (d) Loading rate

विज्ञापन की विशेष स्थिति के लिए प्रिमियम दर को कहते हैं :

- (अ) पूरक दर
- (ब) प्रभाव दर
- (स) अनिवार्य दर
- (द) लोडिंग दर

3. The name of house journal of Air India is :

- (a) Swagat
- (b) Namaskar
- (c) Shubhyatra
- (d) None of above

एयर इंडिया की गृह पत्रिका का नाम है :

- (अ) स्वागत
- (ब) नमस्कार
- (स) शुभयात्रा
- (द) उपर्युक्त से कोई नहीं

4. Public relation society of India observe National PR Day on :

- (a) April 21
- (b) April 20
- (c) March 21
- (d) March 20

पब्लिक रिलेशन सोसाइटी ऑफ इंडिया ने राष्ट्रीय पी. आर. दिवस को मनाया :

- (अ) अप्रैल 21
- (ब) अप्रैल 20
- (स) मार्च 21
- (द) मार्च 20

5. Bridgestone Tyres uses which of the following taglines ?

- (a) Your journey our passion
- (b) Innovation and you
- (c) Go further
- (d) Its simply clever

ब्रिजस्टोन टायर्स निम्न में से कौन-सी टैगलाइन का उपयोग करता है ?

- (अ) योर जर्नी अवर पैशन
- (ब) इनोवेशन एंड यू
- (स) गो फर्दर
- (द) इट्स सिंप्ली क्लैवर

6. Which amongst the following is not a tool of public relations ?

- (a) Hand Books
- (b) House Journals
- (c) Press Release
- (d) Notebooks

निम्न में से कौन-सा जन सम्पर्क का एक साधन नहीं है ?

- (अ) हैंड बुक
- (ब) गृह पत्रिका
- (स) प्रेस नोट
- (द) नोट बुक

7. What is the USP of a fashion designer's apparels ?

- (a) Brand
- (b) Elegance
- (c) Utility
- (d) Both (a) and (b)

फैशन डिजाइनर के कपड़ों की यू. एस. पी. क्या है ?

- (अ) ब्रांड
- (ब) लालित्य
- (स) उपयोगिता
- (द) (अ) और (ब) दोनों

8. Kotler has defined two more P's of marketing. These are :

- (a) power and place
- (b) political influence and place
- (c) product strategy and power
- (d) power and political influence

कोटलर ने विपणन के दो और पी परिभाषित किए हैं। ये हैं :

- (अ) शक्ति और स्थान
- (ब) राजनीतिक प्रभाव और स्थान
- (स) उत्पाद रणनीति और शक्ति
- (द) शक्ति और राजनीतिक प्रभाव

9. According to David Ogilvy, firm should :

- (a) depend more upon sales promotion than upon sales advertising
- (b) depend more upon advertising than upon sales promotion
- (c) use advertising and sales promotion in equal proportions
- (d) use direct sales methods to build the image of a brand

डेविड ओगिल्वी के अनुसार, फर्म को चाहिए कि :

- (अ) विक्रय विज्ञापन की अपेक्षा विक्रय प्रवर्धन पर निर्भर करे
- (ब) विक्रय प्रवर्धन की अपेक्षा विज्ञापन प्रवर्धन पर निर्भर करे
- (स) विक्रय प्रवर्धन तथा विज्ञापन प्रवर्धन अनुपात बराबर करे
- (द) किसी ब्रांड की इमेज बनाने में प्रत्यक्ष विक्रय विधियों का प्रयोग करे

10. What influence 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