

Roll No. ....

Total Pages : 3

BCM/M-20

**12298**

**ADVERTISING**

Paper-BC-406

Time Allowed : 3 Hours]

[Maximum Marks : 80

**Note** : Attempt **five** questions in all. Question No. 1 is compulsory carrying 4 marks each. Attempt 4 questions from the remaining 8 questions carrying 15 marks each.

कुल पाँच प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रश्न संख्या 1 अनिवार्य है। जिसमें प्रत्येक प्रश्न 4 अंक का है। शेष 8 प्रश्नों में से 4 प्रश्न कीजिए। प्रत्येक प्रश्न 15 अंक का है।

**Compulsory Question ( अनिवार्य प्रश्न )**

1. Answer all the questions : 4×5=20

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए :

(i) Explain the elements of Promotion mix.

संवर्धन मिश्रण के तत्त्वों की व्याख्या कीजिए।

(ii) Explain the term Fusion Advertising.

‘संयोग विज्ञापन’ का अर्थ स्पष्ट कीजिए।

(iii) Explain the main Social objections against Advertising.

**12298/K/414**

**P. T. O.**

विज्ञापन के विरुद्ध मुख्य सामाजिक आलोचनाओं का वर्णन कीजिए।

(iv) Explain Rational appeal in Advertising.

विज्ञापन में विवेकपूर्ण अपील का वर्णन कीजिए।

(v) Explain various stages of Buying process.

क्रय प्रक्रिया की विभिन्न अवस्थाओं का वर्णन कीजिए।

2. “Money spent on advertising is an investment and not waste”. Do you agree ? How ? 15

“विज्ञापन पर खर्च किया गया धन विनियोग होता है, अपव्यय नहीं।” क्या आप इस कथन से सहमत हैं? कैसे?

3. What do you mean by Communication process in Marketing ? Explain the role of source in marketing communication. 10,5

विपणन संचार प्रक्रिया से आप क्या समझते हैं? विपणन संचार में स्रोत की भूमिका का वर्णन कीजिए।

4. What do you mean by Media Planning ? Explain factors affecting Media Planning. 5,10

मीडिया नियोजन से आप क्या समझते हैं? मीडिया नियोजन को प्रभावित करने वाले तत्वों की व्याख्या कीजिए।

5. Why do clients leave ad-agency ? Suggest some ways to improve Client Agency relationship. 10,5

ग्राहक विज्ञापन एजेंसी क्यों छोड़ते हैं? ग्राहक-एजेंसी संबंधों को सुधारने के कुछ सुझाव दीजिए।

6. Describe various methods of Evaluation of Advertising effectiveness. 15

विज्ञापन की प्रभावोत्पादकता के मूल्यांकन की विभिन्न विधियों का वर्णन कीजिए।

7. Explain various approaches/methods to determine the size of Advertising budget. 15

विज्ञापन बजट को निर्धारित करने की विभिन्न अवधारणाओं/विधियों की व्याख्या कीजिए।

8. What do you mean by Advertising Copy ? Explain the elements of a Print advertising copy in detail. 5,10

विज्ञापन प्रति से आपका क्या अभिप्राय है? एक प्रिंट विज्ञापन प्रति के तत्वों/घटकों का विस्तारपूर्वक वर्णन कीजिए।

9. Explain the importance of studying Consumer behaviour in Advertising. Discuss various difficulties in the study of Consumer behaviour. 10,5

विज्ञापन में उपभोक्ता व्यवहार के अध्ययन के महत्त्व की व्याख्या कीजिए। उपभोक्ता व्यवहार के अध्ययन में आने वाली विभिन्न कठिनाइयों की भी चर्चा कीजिए।