

Roll No.

PGDAPR-12

**PGD APR-12 (Post Graduate Diploma in
Advertising & Public Relations)**

Second Semester Examination-2015

APR - 203

Tools of Advertising
(विज्ञापन के तौर-तरीके)

Time : 3 Hours

Maximum Marks : 60

Note : This paper is of sixty (60) marks divided into three (03) sections A, B, and C. Attempt the questions contained in these sections according to the detailed instructions given therein.

नोट : यह प्रश्न-पत्र साठ (60) अंकों का है जो तीन (03) खंडों क, ख तथा ग में विभाजित है। प्रत्येक खण्ड में दिए गए विस्तृत निर्देशों के अनुसार ही प्रश्नों को हल करना है।

Section - A / खण्ड-क

(Long Answer Type Questions)/(दीर्घ उत्तरों वाले प्रश्न)

Note : Section 'A' contains four (04) long-answer-type questions of fifteen (15) marks each. Learners are required to answer any two (02) questions only.

(2×15=30)

नोट : खण्ड 'क' में चार (04) दीर्घ उत्तरों वाले प्रश्न दिये गए हैं, प्रत्येक प्रश्न के लिए पन्द्रह अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. Explain with relevant examples the various steps of copywriting?

कॉपी लेखन के समय ध्यान दिए जाने वाले महत्वपूर्ण बिन्दुओं पर सोदाहरण प्रकाश डालिए।

2. What is the process of advertising production? Write in detail about the various phases and schedule of this process.
विज्ञापन निर्माण की प्रक्रिया क्या है? इस प्रक्रिया के विविध चरणों तथा शेड्यूल के बारे में विस्तार से लिखिए।
3. What kind of advertising research is needed in the present context of the rural Indian perspective? Cite at least two examples in support of your answer.
आज के ग्रामीण भारत के परिदृश्य को देखते हुए किस तरह के विज्ञापन शोध की आवश्यकता महसूस होती है? अपने उत्तर की पुष्टि हेतु कम से कम दो उदाहरण दीजिये।
4. Write about the history of regulation and self-regulation of advertising. Also underline their importance.
विज्ञापन जगत में विनियमन एवं स्व-विनियमन का संक्षिप्त इतिहास बताते हुए इन दोनों की महत्ता को रेखांकित कीजिये।

Section - B / खण्ड-ख

(Short Answer Type Questions) (लघु उत्तरों वाले प्रश्न)

Note : Section 'B' contains eight (08) short-answer-type questions of five (05) marks each. Learners are required to answer any four (04) questions only. (4×5=20)

नोट : खण्ड 'ख' में आठ (08) लघु उत्तरों वाले प्रश्न दिये गए हैं, प्रत्येक प्रश्न के लिए पाँच (05) अंक निर्धारित हैं। शिक्षार्थियों को इनमें से केवल चार (04) प्रश्नों के उत्तर देने हैं।

1. What do you understand by ethics of advertising.
विज्ञापनों की आचारनीति से क्या आशय है?
2. How much and why is the need to create web content for the internet in regional languages?
इंटरनेट हेतु क्षेत्रीय भाषाओं में वेब कंटेंट तैयार किये जाने की तात्कालिक आवश्यकता आज कितनी और क्यों है?

3. How has been the effect of increasing influence of facebook on young Indian middle class?
फेसबुक के बढ़ते प्रभाव ने युवा भारतीय मध्यवर्ग को किस तरह प्रभावित किया है?
4. What is the role of print media in present context?
वर्तमान समय में प्रिंट मीडिया की क्या भूमिका रह गयी है?
5. What are the reasons for decreasing role of Radio as a medium for effective advertising?
एक प्रभावी विज्ञापन माध्यम के रूप में रेडियो की घटती भूमिका के पीछे क्या कारण हैं?
6. What are the main qualities of a skilled copy editor?
एक कुशल कॉपी सम्पादक के भीतर क्या विशेषताएँ होनी चाहिए?
7. What is stereotyping? Are children stereotyped in advertisements? Give an example.
स्टीरियोटाइपिंग से क्या आशय है? क्या विज्ञापन में बच्चों की स्टीरियोटाइपिंग की जाती है? अपने उत्तर की पुष्टि में एक उदाहरण दीजिये।
8. Write in 30 to 40 words the copy for the advertisement of a smart mobile app to be launched in the market soon.
बाजार में नए लांच किये जा रहे एक स्मार्ट मोबाइल एप के विज्ञापन के लिए तीस से चलीस शब्दों में कॉपी लिखिए।

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. (10×1=10)

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

Write true/false against the following.

निम्नलिखित के सामने सत्य/असत्य लिखिये।

1. Jingle is the name of an advertising agency.
जिंगल किसी विज्ञापन कम्पनी का नाम है।
2. Copy briefing is done at the end of advertising production.
विज्ञापन निर्माण में कॉपी ब्रीफिंग सबसे आखिर में की जाती है।
3. Different types of advertisements are required to be created for rural area consumers.
ग्रामीण क्षेत्र के ग्राहक के लिए विज्ञापन कम्पनियों को अलग तरह के विज्ञापन बनाने की आवश्यकता होती है।
4. Advertising is not a social process.
विज्ञापन कोई सामाजिक प्रक्रिया नहीं है।
5. In almost 40% countries globally it is not required to take official permission for advertisements related to medicine.
विश्व के तकरीबन 40% देशों में स्वास्थ्य और औषधि संबंधी विज्ञापनों के लिए सरकारी स्वीकृति लेनी जरूरी नहीं होती है।
6. Information shared on facebook or blog is called post or share.
फेसबुक अथवा ब्लॉग में साझा की जाने वाली जानकारी को पोस्ट या शेयर कहते हैं।
7. An advertisement is directed by its scriptwriter.
किसी विज्ञापन का स्क्रिप्ट लेखक ही उसका निर्देशन करता है।
8. ASCI is the abbreviation of Asian Scriptwriters Congress International.
ASCI एशियन स्क्रिप्टराइटर्स कांग्रेस इंटरनेशनल का संक्षिप्त रूप है।
9. Expected that the advertising business would reach up to 3 Trillion Dollars by 2020.
अनुमान है कि विज्ञापन कारोबार सन् 2020 तक 2 ट्रिलियन डॉलर तक पहुँच जाएगा।
10. Micro blogging is an important constituent of electronic media.
माइक्रोब्लॉगिंग इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का महत्वपूर्ण घटक है।