

Total No. of Questions – 21]
(2022)

[Total Pages : 7

9119

M.A. (Journalism and Mass Communication) Examination

ADVERTISING AND ONLINE PROMOTION

Paper : MJMC-201 TP

(Semester-II)

Time : Three Hours]

[Maximum Marks : 100

The candidates shall limit their answers precisely within the answer-book (40 pages) issued to them and no supplementary/continuation sheet will be issued.

परीक्षार्थी अपने उत्तरों को दी गयी उत्तर-पुस्तिका (40 पृष्ठ) तक ही सीमित रखें। कोई अतिरिक्त पृष्ठ जारी नहीं किया जाएगा।

Note : Question Paper is divided in *three* Parts. All questions are compulsory.

नोट : प्रश्न-पत्र तीन भागों में विभाजित है। सभी प्रश्न अनिवार्य हैं।

PART-A

(भाग-अ)

1. Attempt all in 50 words maximum :

सभी को अधिकतम 50 शब्दों में कीजिए :

(a) Branding.

ब्रांडिंग।

- (b) AIDA.
ए.आई.डी.ए।
- (c) Appeals.
अपील।
- (d) USP.
यू.एस.पी।
- (e) Design and layout.
डिजाइन और लेआउट।
- (f) CPA
सी.पी.ए।
- (g) CPC.
सी.पी.सी।
- (h) IAB.
आई.ए.बी.
- (i) CPD.
सी.पी.डी.
- (j) Marketing Mix. (10×2=20)
विपणन मिश्रण।

PART-B

(भाग-ब)

Note : This section is having 5 sections. Attempt *one* out of two question from each section in 100-150 words maximum.

नोट : इस भाग में 5 खण्ड हैं। प्रत्येक खण्ड में दिए गये 2 प्रश्नों में से एक प्रश्न कीजिए, प्रत्येक का उत्तर अधिकतम 100-150 शब्दों में दीजिए।

SECTION-I

(खण्ड-I)

2. Explain the functions of advertising.
विज्ञापन के कार्यों की व्याख्या कीजिए।
3. Explain the term Media Mix.
मीडिया मिश्रण शब्द की व्याख्या कीजिए।

SECTION-II

(खण्ड-II)

4. What are the elements of ad Copy?
विज्ञापन प्रति के तत्व क्या हैं?
5. Discuss the concept of ad appeals.
विज्ञापन अपील की अवधारणा की विवेचना कीजिए।

SECTION-III

(खण्ड-III)

6. Explain the process of post testing.
उत्तर-परीक्षण की प्रक्रिया की व्याख्या कीजिए।
7. Discuss the importance of research in advertising.
विज्ञापन में शोध के महत्व की विवेचना करें।

SECTION-IV

(खण्ड-IV)

8. What do you understand by dynamic ads?
गतिशील विज्ञापन से आप क्या समझते हैं?
9. Discuss the concept of audience research in advertising.
विज्ञापन में श्रोताओं के अनुसंधान की अवधारणा की विवेचना कीजिए।

SECTION-V

(खण्ड-V)

10. Discuss the concept of button ads.
बटन विज्ञापन की अवधारणा की विवेचना कीजिए।
11. Discuss the importance of mobile ads. (5×4=20)
मोबाइल विज्ञापनों के महत्व की विवेचना करें।

PART-C

(भाग-स)

Note : This section is having 5 sections. Attempt *one* out of two question from each section in 100-150 words maximum.

नोट : इस भाग में 5 खण्ड हैं। प्रत्येक खण्ड में दिए गए 2 प्रश्नों में से एक प्रश्न का उत्तर अधिकतम 100-150 शब्दों में दीजिए।

SECTION-I

(खण्ड-I)

12. What do you understand by campaign? Discuss its concept and process with the help of an example.
अभियान से आप क्या समझते हैं? इसकी अवधारणा और प्रक्रिया की उदाहरण की सहायता से विवेचना कीजिए।
13. Define the concept and integrated marketing communication in detail, also discuss its functions and importance.
अवधारणा और एकीकृत विपणन संचार की विस्तार से विवेचना कीजिए, इसके कार्यों और महत्व की भी विवेचना करें।

SECTION-II

(खण्ड-II)

14. Discuss the relations between advertising and consumer behaviors.
विज्ञापन और उपभोक्ता व्यवहार के बीच संबंधों की विवेचना कीजिए।
15. What are the evaluation techniques used to measure creative work done by the agencies in detail?
एजेंसियों द्वारा किए गये रचनात्मक कार्यों को विस्तार से मापने के लिए उपयोग की जाने वाली मूल्यांकन तकनीकें क्या हैं?

SECTION-III

(खण्ड-III)

16. Explain the concept and characteristics of media strategy and also discuss its developing process with the help of an example.

मीडिया रणनीति के संप्रत्यय और विशेषताओं की व्याख्या करें और उदाहरण की सहायता के साथ इसकी विकासशील प्रक्रिया की भी विवेचना करें।

17. Discuss the role and types of ad agencies. Also discuss evaluating techniques used for ad agency.

विज्ञापन एजेंसियों की भूमिका और प्रकारों की विवेचना कीजिए। विज्ञापन एजेंसी के लिए उपयोग की जाने वाली मूल्यांकन तकनीकों की भी विवेचना करें।

SECTION-IV

(खण्ड-IV)

18. Explain the concept and characteristics of online platforms in detail, also discuss its importance in brand positioning.

ऑनलाइन प्लेटफार्म के संप्रत्यय और विशेषताओं की विस्तार से व्याख्या कीजिए, ब्रांड स्थिति में इसके महत्व की भी विवेचना करें।

19. Describe tracking in online advertising.

ऑनलाइन विज्ञापन में ट्रैकिंग को समझाइए।

SECTION-V

(खण्ड-V)

20. What is meant by Consumer perception? Why do you think it is necessary to study critically explain this in view of mobile advertising?

उपभोक्ता अनुभूति का क्या अभिप्राय है? आप ऐसा क्यों सोचते हैं कि अध्ययन करना आवश्यक है, मोबाइल विज्ञापन को ध्यान में रखते हुए इसकी आलोचनात्मक व्याख्या करें।

21. Explain the concept of Ad network and ad servers in detail also discuss importance of self-serve advertising platforms.

विज्ञापन नेटवर्क और विज्ञापन सर्वर की अवधारणा की विस्तार से व्याख्या कीजिए, स्व-सेवा विज्ञापन प्लेटफार्म के महत्व की भी विवेचना करें।

(5×12=60)