

Roll No.

Total Pages : 3

GSM/M-20

1567

MARKETING

Time Allowed : 3 Hours]

[Maximum Marks : 80

Note : Attempt **five** questions in all, selecting at least **one** question from each Unit. All questions carry equal marks.

प्रत्येक इकाई में से कम-से-कम **एक** प्रश्न का चयन करते हुए, कुल **पाँच** प्रश्नों के उत्तर दीजिए। सभी प्रश्नों के अंक समान हैं।

UNIT-I (इकाई-I)

1. “Advertising sells the products”. Do you agree with this? Give reasons. Also explain the functions performed by advertising.

“विज्ञापन उत्पादों को बेचता है।” क्या आप इससे सहमत हैं? कारण दीजिए। विज्ञापन के द्वारा किए जाने वाले कार्यों का वर्णन कीजिए।

2. Explain various types of advertising.

विज्ञापन के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कीजिए।

UNIT-II (इकाई-II)

3. What do you mean by advertising budget? Discuss the steps involved while preparing advertising budget.

1567/K/100

P. T. O.

विज्ञापन बजट से आप क्या समझते हैं? विज्ञापन बजट बनाते समय लिए जाने वाले कदमों का वर्णन कीजिए।

4. What is Electronic media for advertising? Explain its different forms with merits and demerits.

विज्ञापन के लिए इलेक्ट्रॉनिक माध्यम क्या है? इसके विभिन्न प्रकारों को गुण-दोष के साथ वर्णन कीजिए।

UNIT-III (इकाई-III)

5. Explain the marketing communication process. Suggest some ways to improve the marketing communication.

विपणन संचार प्रक्रिया का वर्णन कीजिए। विपणन संचार को बेहतर बनाने के लिए कुछ ठोस कदमों का सुझाव दीजिए।

6. Define Advertising agency. Discuss its significance.

विज्ञापन एजेंसी की परिभाषा दीजिए। इसके महत्त्व का वर्णन कीजिए।

UNIT-IV (इकाई-IV)

7. What do you mean by media planning? Mention the factors affecting media planning.

माध्यम नियोजन से आपका क्या अभिप्राय है? माध्यम नियोजन को प्रभावित करने वाले तत्वों का वर्णन कीजिए।

8. “Advertisers must feel more responsibility towards advertising”. Comment and discuss ethical aspects of advertising.

“विज्ञापकों को विज्ञापन के प्रति अधिक उत्तरदायी होना चाहिए।” विवेचना कीजिए और विज्ञापन के नैतिक पहलुओं का वर्णन कीजिए।

UNIT-V (इकाई-V)

9. Define Client Agency relationships. Discuss the factors contributing to healthy client agency relationships.

ग्राहक-एजेंसी सम्बन्धों को परिभाषित कीजिए। स्वस्थ ग्राहक-एजेंसी सम्बन्धों में योगदान देने वाले घटकों का वर्णन कीजिए।

10. Write short notes on the following :

- (a) Non-media advertising.

गैर-मीडिया विज्ञापन

- (b) DAGMAR approach in advertising.

विज्ञापन में DAGMAR पद्धति।