

CA6002

Roll No. :

May 2024

PROFESSIONAL STUDIES-IV

निर्धारित समय : 3 घंटे]

[अधिकतम अंक : 60

Time allowed : 3 Hours]

[Maximum Marks : 60

नोट : (i) प्रश्न-पत्र में तीन सेक्शन ए, बी एवं सी हैं।

Note : There are **THREE** sections in the paper A, B and C.

(ii) सेक्शन-ए में प्रश्न संख्या 1 के सभी 10 भागों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक भाग एक अंक का है एवं सभी 10 भाग वस्तुनिष्ठ प्रकार के प्रश्नों के हैं।

Answer all the 10 parts of the question No. 1 in Section A. Each part carries one mark and all 10 parts have objective type questions.

(iii) सेक्शन-बी के 8 प्रश्नों में से किन्हीं 6 प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 3 अंक का है एवं इनका 5 लाइन / 50 शब्दों में उत्तर दीजिए।

Answer any 6 questions out of the 8 questions in Section B. Each question carries 3 marks and to be answered within 5 lines / 50 words.

(iv) सेक्शन-सी के 6 प्रश्नों में से किन्हीं 4 प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 8 अंक का है एवं इनका 15 लाइन / 150 शब्दों में उत्तर दीजिए।

Answer any 4 questions out of the 6 questions in Section C. Each question carries 8 marks and to be answered within 15 lines / 150 words.

(v) प्रत्येक सेक्शन के सभी प्रश्नों को क्रमवार एक साथ हल कीजिए।

Solve all the questions of a section consecutively together.

(vi) दोनों भाषाओं में अन्तर होने की स्थिति में अंग्रेजी अनुवाद ही मान्य है।

Only English version is valid in case of difference in both the languages.

सेक्शन – ए

Section – A

1. (i) निम्नलिखित में से क्या मीडिया योजना की विशेषता है ?

(a) मूल नहीं होना

(b) प्रेरक होना

(c) असंगत होना

(d) लक्ष्य रहित होना

Which of the following is a characteristic of media planning ?

(a) It's not original

(b) It's persuasive

(c) It's inconsistent

(d) It's target-less



(ii) मीडिया प्लानिंग कौन करता है ?

- (a) उत्पाद उपभोक्ता (b) उत्पाद उत्पादनकर्ता
(c) मीडिया प्लानर (d) उपरोक्त में से कोई नहीं

Who does Media planning ?

- (a) Product consumer (b) Product producer
(c) Media planner (d) None of the above

(iii) मीडिया प्लानिंग की जाती है

1. प्रभावशीलता को नापने के लिये ।
2. निवेश पर रिटर्न को अधिकतम करने के लिये ।

- (a) 1 सही है पर 2 सही नहीं है । (b) 2 सही है पर 1 सही नहीं है ।
(c) 1 और 2 दोनों सही हैं । (d) 1 और 2 दोनों गलत हैं ।

Media planning is done

1. To gauge effectiveness.
2. To maximize return on investment.
(a) 1 is correct but 2 is not. (b) 2 is correct but 1 is not.
(c) Both 1 & 2 are correct. (d) Both 1 & 2 are wrong.

(iv) विज्ञापन बजट किस उद्देश्य के लिये बनाया जाता है ?

- (a) सशुल्क ब्राण्ड प्रचार के लिये (b) सम्प्रेषण के उद्देश्य को परिभाषित करना
(c) बाजार हिस्सेदारी में वृद्धि (d) उपरोक्त सभी

The advertising budget is done for which purpose ?

- (a) Paid brand promotion
(b) Defining communication objectives
(c) Increase market share
(d) All of the above

(v) निम्नलिखित में से कौन सा 'विज्ञापन बजट आवंटन के तरीके' के लिये सबसे उपयुक्त है ?

- (a) बिक्री पद्धति का प्रतिशत (b) प्रतिस्पर्धी समता विधि
(c) उद्देश्य और कार्य विधि (d) उपरोक्त सभी

Which of the following is most appropriate for 'Methods of Advertising Budget Allocation' ?

- (a) Percentage of sales method (b) Competitive parity method
(c) Objective and task method (d) All of the above

(vi) विपणन अनुसंधान की प्रक्रिया के माध्यम से किसका मूल्यांकन किया जाता है ?

- (a) नई सेवा (b) डिजाइनर की रचनात्मक व्यवहार्यता
(c) उपरोक्त कोई नहीं (d) उपरोक्त सभी

What is evaluated through the process of marketing research ?

- (a) New service (b) Creative viability of designer
(c) None of the above (d) All of the above

- (vii) 1. उपभोक्ता व्यवहार का गहन विश्लेषण 'विज्ञापन अनुसंधान' की एक वैज्ञानिक तकनीक है ।
 2. यह एक प्रक्रिया के माध्यम से किया जाता है, जिसमें विज्ञापन की प्रभावशीलता से सम्बंधित डेटा का विश्लेषण शामिल होता है ।
 (a) 1 सही है पर 2 सही नहीं है । (b) 2 सही है पर 1 सही नहीं है ।
 (c) 1 और 2 दोनों सही हैं । (d) 1 और 2 दोनों गलत हैं ।
 1. Depth analysis of consumer's behaviors is a scientific technique of advertising research.
 2. It is done through a process, which involves analysis of data related to the effectiveness of an advertisement.
 (a) 1 is correct but 2 is not. (b) 2 is correct but 1 is not.
 (c) Both 1 & 2 are correct. (d) Both 1 & 2 are wrong.
- (viii) विज्ञापन प्री-टेस्टिंग क्या है ?
 (a) एक विज्ञापन अनुसंधान पद्धति (b) एक मुद्रण परीक्षण पद्धति
 (c) दोनों सही हैं । (d) दोनों गलत हैं ।
 What is advertising pre-testing ?
 (a) An advertising research method (b) A printing test method
 (c) Both are true. (d) Both are false.
- (ix) निम्नलिखित में से किसके लिये विज्ञापन में पोस्ट-परीक्षण किया जाता है ?
 (a) विज्ञापन प्रभाव (b) उपभोक्ता स्वीकार्यता
 (c) रचनात्मक टूट-फूट (d) उपरोक्त सभी
 For which of the following post-testing in advertising are conducted ?
 (a) Advertising impact (b) Consumer acceptance
 (c) Creative wear and tear (d) All of the above
- (x) विज्ञापन में रचनात्मकता के माध्यम से क्या प्राप्त होता है ?
 (a) उत्पाद प्रचार (b) ब्रांड छवि
 (c) ब्रांड स्मृति (d) उपरोक्त सभी
 What is achieved through creativity in advertising ?
 (a) Product promotion (b) Brand image
 (c) Brand remembrance (d) All of the above (1×10)

सेक्शन - बी

Section - B

2. मीडिया प्लानिंग का क्या अर्थ है ?
 What is meaning of media planning ? (3)
3. विज्ञापन सारिणी क्या होती है ?
 What is Advertising Schedule ? (3)
4. मीडिया प्लानिंग को प्रभावित करने वाले कारक लिखिये ।
 Write the factors influencing media planning. (3)

P.T.O.

5. विज्ञापन बजट के कारक लिखिये ।
Write the factors in advertising budget. (3)
6. विज्ञापन बजट आवंटन की कोई तीन विधियाँ लिखिये ।
Write any three methods of advertising budget allocation. (3)
7. विपणन अनुसंधान से कौन सा उद्देश्य पूरा होता है ?
Which purpose is fulfilled by marketing research ? (3)
8. विज्ञापन अनुसंधान के क्या लाभ हैं ?
What are the advantages of advertising research ? (3)
9. विज्ञापन में प्री-टेस्टिंग पर लिखिये ।
Write on pre-testing in advertising. (3)

सेक्शन – सी**Section – C**

10. मीडिया प्लानिंग के महत्त्व को समझाइये ।
Explain importance of media planning. (8)
11. मीडिया नियोजन के लिये विज्ञापन मीडिया की विशेषताओं की व्याख्या कीजिये ।
Explain the characteristics of advertising media for media planning. (8)
12. विज्ञापन बजट के कारकों पर लिखिये ।
Write on the factors in advertising budget. (8)
13. विपणन अनुसंधान तकनीकों पर लिखिये ।
Write on marketing research techniques. (8)
14. क्या विज्ञापन में रचनात्मकता को विवाद मुक्त होना चाहिये ?
Should creativity in advertising be controversy free ? (8)
15. विज्ञापन में रचनात्मकता कैसे ब्रांड और उत्पाद को प्रभावित करती है ?
How creativity in advertising affects brand or product ? (8)