

CA6002

Roll No. :

MAY 2023 (Semester)

PROFESSIONAL STUDIES-IV

निर्धारित समय : 3 घंटे]

Time allowed : 3 Hours]

[अधिकतम अंक : 60

[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) विज्ञापन विनियोग क्या है ?

(a) विज्ञापन बजट (b) तकनीकी शिक्षा बजट

(c) देश का बजट (d) घर का बजट

What is Advertising appropriation ?

(a) Advertising budget (b) Technical education budget

(c) Nation's budget (d) Household budget



(ii) मीडिया प्लानिंग के लिये निम्नवर्णित में क्या विशेषता नहीं है ?

- (a) प्रचार करना (b) प्रेरक होना
(c) असंगत होना (d) लक्षित होना

Which of the following is not a characteristic of media planning ?

- (a) It's promotional (b) It's persuasive
(c) It's inconsistent (d) It's targeted

(iii) 'मीडिया प्लानिंग को प्रभावित करने वाले कारक' के लिये निम्नवर्णित में क्या सबसे उचित है ?

- (a) श्रोता की उम्र (b) श्रोता का लिंग
(c) श्रोता की आय (d) उपरोक्त सभी

Which of the following is most appropriate for 'Factors influencing media planning' ?

- (a) Audience age (b) Audience gender
(c) Audience income (d) All of the above

(iv) 'अपने विज्ञापन अभियान को सप्ताह के निश्चित दिनों और दिन के घंटों में सीमित करने के अभ्यास' को क्या कहते हैं ?

- (a) विपणन शोध (b) विज्ञापन सारिणी
(c) विज्ञापन शोध (d) मीडिया

What is 'The practice of limiting our advertising campaign to run only on certain days of the week and hours of the day' called ?

- (a) Marketing Research (b) Advertising Schedule
(c) Advertising Research (d) Media

(v) 'वह राशि जो आप अपने ब्रैंड के लिए सशुल्क प्रचार पर खर्च करने की योजना बना रहे हैं' क्या है ?

- (a) विज्ञापन बजट (b) विज्ञापन शोध
(c) मीडिया (d) उपरोक्त सभी

What is 'The amount you plan to spend on paid promotion of your brand' ?

- (a) Advertising Budget (b) Advertising Research
(c) Media (d) All of the above

(vi) निम्नवर्णित में से क्या 'विज्ञापन बजट के कारकों' के लिये सबसे उपयुक्त है ?

- (a) बाजार का अंश (b) उत्पाद के जीवन-चक्र का चरण
(c) विज्ञापन आवृत्ति (d) उपरोक्त सभी

Which of the following is most appropriate for 'Factors of Advertising budget' ?

- (a) Market share (b) Product life cycle stage
(c) Advertising frequency (d) All of the above

- (vii) (1) विज्ञापन अनुसंधान विपणन अनुसंधान की एक व्यवस्थित प्रक्रिया है।
 (2) यह विज्ञापन की क्षमता को बढ़ाने के लिए किया जाता 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) Advertising research is a systematic process of marketing research.
 (2) It is conducted to improve the efficiency of advertising.
 (a) (1) is correct but (2) is not correct. (b) (2) is correct but (1) is not correct.
 (c) Both (1) and (2) are correct. (d) Both (1) & (2) are wrong.

- (viii) विज्ञापन लॉन्च के उपरान्त का परीक्षण एक विज्ञापन परीक्षण है जो आपकी सहायता करता है :
 (1) एक विज्ञापन अभियान की प्रभावशीलता को मापने के लिए।
 (2) यह सुनिश्चित करने के लिये कि इसके सभी तत्व, साथ ही किये गये विज्ञापन निवेश, वांछित उद्देश्यों को पूरा कर चुके हैं।
 (a) (1) सही है पर (2) सही नहीं है। (b) (2) सही है पर (1) सही नहीं है।
 (c) दोनों सही हैं। (d) दोनों गलत हैं।

The advertising post-test is an advertising test that helps you :

- (1) to measure the effectiveness of an advertising campaign.
 (2) to ensure that all its elements, as well as the advertising investment made, have met the desired objectives.
 (a) (1) is true but (2) is false. (b) (2) is true but (1) is false.
 (c) Both are true. (d) Both are false.

- (ix) विज्ञापन पूर्व-परीक्षण प्रक्रिया में किसकी प्रक्रिया वांछित की जाती है ?
 (a) उपभोक्ता की (b) उत्पादनकर्ता की
 (c) विज्ञापनकर्ता की (d) उपरोक्त कोई नहीं

Whose feedback is desired in advertising Pre-testing method ?

- (a) Consumer (b) Manufacturer
 (c) Advertiser (d) None of the above

- (x) विज्ञापन में सृजनात्मकता से क्या प्राप्त किया जाता है ?
 (a) उत्पादन का 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 की परिभाषा लिखिए।
 Write definition of Media Planning. (3)
 3. मीडिया नियोजन के लिये कोई तीन विज्ञापन मीडिया की विशेषताएँ लिखिए।
 Write any three Advertising Media characteristics for Media Planning. (3)

4. मीडिया नियोजन को प्रभावित करने वाले कोई तीन कारक लिखिए।
Write any three factors influencing Media Planning. (3)
5. मीडिया प्लानिंग क्यों महत्वपूर्ण है ?
Why Media Planning is important ? (3)
6. विज्ञापन बजट क्या होता है ?
What is Advertising Budget ? (3)
7. विपणन शोध क्या है ?
What is Marketing Research ? (3)
8. विज्ञापन शोध क्या है ?
What is Advertising Research ? (3)
9. विज्ञापन में पोस्ट-टेस्टिंग पर लिखिए।
Write on Post-testing in Advertising. (3)

सेक्शन - सी

Section - C

10. विज्ञापन सारिणी को समझाइए।
Explain Advertising Schedule. (8)
11. विज्ञापन बजट के कारकों को समझाइए।
Explain the factors of Advertising Budget. (8)
12. विज्ञापन बजट आवंटन की विधियों की व्याख्या कीजिए।
Explain methods of Advertising Budget Allocation. (8)
13. कैसे एक कदम का अनुचित निष्पादन पूरी मीडिया योजना को खराब कर सकता है ?
How improper execution of a step can ruin entire Media Planning ? (8)
14. विज्ञापन मीडिया प्लानिंग के महत्त्व को समझाइए।
Explain the importance of Advertising Media Planning. (8)
15. विपणन अनुसंधान तकनीकों को समझाइए।
Explain Marketing Research Techniques. (8)