

CA6003

Roll No. :

MAY 2023 (Semester)

COPY WRITING-II

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) शराब पीकर गाड़ी न चलायें क्योंकि मनुष्यों के लिए स्पेयर पार्ट्स उतने मूल नहीं हैं जितने की कारों के लिए हैं। इस शीर्षक लाइन में किस प्रकार की भावनात्मक अपील का उपयोग किया गया है ?

(a) डर अपील

(b) दोषी अपील

(c) दुःखद अपील

(d) रेशनल अपील

Don't drink and drive because spare parts for humans are not as basic as for cars. What type of emotional appeal is used in this headline ?

(a) Fear appeal

(b) Guilty appeal

(c) Sad appeal

(d) Rational appeal



(ii) 'पधारो म्हारे देश' स्लोगन किसका है ?

- (a) राजस्थान पर्यटन (b) स्टार स्पोर्ट्स
(c) स्टैंडर्ड चार्टर्ड बैंक (d) एक्ससेंचर

'Padharo Mahare Desh' is slogan of -

- (a) Rajasthan Tourism (b) Star sports
(c) Standard Chartered Bank (d) Accenture

(iii) एक कॉपीराइटर के गुण :

- (a) रचनात्मक
(b) रचनात्मक, स्मार्ट, अच्छा संचारक, सौहार्दपूर्ण
(c) रचनात्मक और स्मार्ट
(d) स्मार्ट और अच्छे संचारक

Characteristic of a copywriter :

- (a) Creative
(b) Creative, Smart, Good communicator, Congenial
(c) Creative and Smart
(d) Smart and Good Communicators

(iv) रेडियो विज्ञापन का एक महत्वपूर्ण तत्व है :

- (a) वक्ता की आवाज़ की गुणवत्ता (b) सेट डिजाइन
(c) वेशभूषा (d) उत्पादन

An important element of a Radio Advertisement is

- (a) The voice quality of the speaker (b) Set design
(c) Costumes (d) Production

(v) प्रिंट मीडिया विज्ञापन में कॉल-टू-एक्शन (सी.टी.ए.) क्या है ?

- (a) एक पृष्ठभूमि की जानकारी
(b) पाठक को हसाने के लिए
(c) पाठक को एक विशिष्ट कार्यवाही करने के लिए प्रोत्साहित करना ।
(d) एक भावनात्मक अपील

What is Call-to-Action (CTA) in Print Media Advertising ?

- (a) A background information
(b) To make the reader laugh
(c) Encourage the reader to take a specific action
(d) An emotional appeal

(vi) निम्न में से कौन सा टीवी विज्ञापन के स्टोरीबोर्ड का तत्व नहीं है ?

- (a) श्रव्य-दृश्य तत्व (b) इलस्ट्रेशन/फोटो/स्केच
(c) टेक्स्ट (d) लक्षित दर्शक

Which of the following is not an element of a TV commercial storyboard ?

- (a) Audio-Visual elements (b) Illustration/Photo/Sketch
(c) Text (d) Target Audience

(vii) प्रिंट विज्ञापन के लिए विज्ञापन कॉपी लिखने के लिए निम्नलिखित में से किसकी अनुशंसा की जाती है ?

- (a) केवल उत्पाद या सेवा पर ध्यान केन्द्रित करना
(b) झूठे दावे करना
(c) उत्पाद या सेवा के लाभों पर प्रकाश डालना और यह कैसे ग्राहक की समस्या का समाधान कर सकता है ।
(d) उत्पाद या सेवा की आवश्यकता पैदा करने के लिए नकारात्मक भाषा का प्रयोग करना ।

Which of the following is recommended for writing advertising copy for print media ?

- (a) Focusing only on the product or service.
(b) Make false claims.
(c) Highlighting the benefits of the product or service and how it can solve the customer's problem.
(d) Using negative language to create urgency for the production or service.

(viii) अखबार के विज्ञापनों में बॉडी कॉपी का क्या उद्देश्य है ?

- (a) दुकान का पता देने के लिए ।
 (b) हेडलाइन और सब-हेडलाइन को दोहराने के लिए
 (c) उत्पाद या सेवा के बारे में अतिरिक्त विवरण और जानकारी के लिए
 (d) (a) व (c) सही हैं ।

What is the purpose of body copy in a Newspaper Advertisements ?

- (a) For giving address of the shop.
 (b) To repeat the headline and sub-headline.
 (c) For additional details and information about the product or service.
 (d) (a) and (c) are correct.

(ix) अमुद्रित मीडिया में कॉपी रणनीति का प्राथमिक उद्देश्य क्या है ?

- (a) दर्शकों को विचलित करने के लिए ।
 (b) टेलीविजन जागरूकता पैदा करने के लिए ।
 (c) ग्राहक जुड़ाव बढ़ाने के लिए ।
 (d) एक आकर्षक डिज़ाइन बनाने के लिए ।

What is the primary objective of copy strategy in non-print media ?

- (a) To distract the audience.
 (b) To generate television awareness.
 (c) To increase customer engagement.
 (d) To create a visually appealing design.

(x) प्रिंट मीडिया कॉपीराइटिंग में सब-हेडलाइन का क्या उद्देश्य है ?

- (a) मुख्य शीर्षक के बारे में अतिरिक्त जानकारी और विवरण प्रदान करने के लिए ।
 (b) पाठक को विचलित करने के लिए ।
 (c) पूरे विज्ञापन के सारांश के लिए ।
 (d) एक लोगो के लिए ।

What is the purpose of a sub-headline in print media copywriting ?

- (a) To provide additional information and detail about the main headline.
 (b) To distract the reader.
 (c) For summary of the entire advertisement.
 (d) For an logo.

(1×10)

सेक्शन - बी

Section - B

2. प्रिंट मीडिया विज्ञापन में प्रयुक्त प्रभावी कॉपी के तीन उदाहरण लिखिए ।
 Write three examples of effective copy used in Print Media Advertising. (3)
3. प्रिंट मीडिया विज्ञापन में हेडलाइन की क्या भूमिका है ?
 What is the role of headline for Print Media Advertising ? (3)
4. पाठकों का ध्यान आकर्षित करने और उन्हें विज्ञापन से जोड़ने के क्या तरीके हैं ?
 What are the ways to grab the readers' attention and make them engage with the advertisement ? (3)

P.T.O.

5. प्रिंट मीडिया में ले-आउट कॉपी रणनीति की प्रभावशीलता को कैसे प्रभावित कर सकता है ?
How can layout in the print media impact the effectiveness of the copy strategy ? (3)
6. टीवी या रेडियो विज्ञापन के लिए कॉपी लिखने के लिए एक कॉपीराइटर को किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है ?
What are the challenges a copywriter faces when writing copy for TV or Radio Advertising ? (3)
7. बेहतरीन विज्ञापन कॉपी के तीन लाभ लिखिये ।
Write three merits of excellent Advertisement copy ? (3)
8. आपकी पसन्द के तीन विज्ञापन स्लोगन लिखिये ।
Write any three Advertisement slogans of your choice. (3)
9. समाचार-पत्र विज्ञापन के तत्वों को लिखिए ।
Write elements of Newspaper Advertising. (3)

सेक्शन - सी**Section - C**

10. विज्ञापन कॉपी को परिभाषित करें व विज्ञापन कॉपी के महत्त्व को समझाइये ।
Define advertising copy and explain the importance of advertising copy. (2+6)
11. विज्ञापन कॉपी के विभिन्न प्रकारों की व्याख्या कीजिए ।
Explain the types of advertising copy. (8)
12. दिये गये उत्पादों / सेवा पर पंचलाइन व बॉडी कॉपी लिखिये :
(a) टाटा मोटर्स
(b) मसाला मिस्ट्री रेस्टोरेन्ट
Write punch line and body copy on the given products/service : (4+4)
(a) Tata Motors
(b) Masala Mistry Restaurant
13. अपनी पसंद के किसी भी विज्ञापन की समालोचनात्मक व्याख्या कीजिए ।
Critically analyse any advertisement of your choice. (8)
14. उपभोक्ता के निर्णय लेने की प्रक्रिया में पॉइंट ऑफ परचेज विज्ञापन कॉपी की भूमिका समझाइये ।
Explain the role of point of purchase advertising copy in consumer decision making process. (8)
15. सेल्स प्रमोशन कॉपी मेटिरियल से आप क्या समझते हैं ?
What do you understand to sales promotion copy materials ? (8)