

(i) Printed Pages : 4

Roll No.

(ii) Questions : 9

Sub. Code :

1	7	5	3	0
---	---	---	---	---

Exam. Code :

0	0	0	6
---	---	---	---

B.A./B.Sc. (General) 6th Semester

(2056)

JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION

(In all Mediums)

Paper : Advertising & Public Relations

Time Allowed : 3 Hours]

[Maximum Marks : 70

Note :- Question 1 is compulsory. Attempt one question from each Unit.

1. Attempt any seven in 50-75 words:

- a. Advertising in the marketing mix
- b. Media Kit
- c. Newswire
- d. Brand loyalty
- e. Ad campaign
- f. Jingle
- g. AIDA
- h. Call to Action
- i. Media monitoring
- j. Spin doctor.

7×2

UNIT-I

2. Define advertising. Explain its various types.

OR

3. Explain the concept of branding. How does advertising contribute to brand awareness and visibility?

14

UNIT-II

4. What are the various elements of a print media ad? Explain with the help of examples.

OR

5. Describe the various principles of advertising copywriting. 14

UNIT-III

6. Describe the scope of PR in today's age. What are the various types of PR publics?

OR

7. Compare the practice of Public Relations in the government and private sectors. 14

UNIT-IV

8. Describe the objectives and importance of Media Relations with the help of suitable examples.

OR

9. Explain the nature and importance of Press Releases and Press Conferences as PR Tools. 14

(हिन्दी माध्यम)

नोट :- प्रश्न 1 अनिवार्य है। प्रत्येक यूनिट में से एक प्रश्न हल करें।

1. किन्हीं सात प्रश्नों के उत्तर 50-75 शब्दों में दीजिए:

- विपणन मिश्रण में विज्ञापन
- मीडिया किट
- न्यूजवायर
- ब्रांड निष्ठा
- विज्ञापन अभियान
- जिंगल
- AIDA
- कॉल टू एक्शन
- मीडिया मॉनिटरिंग
- जनसंपर्क अधिकारी।

7×2

यूनिट-I

2. विज्ञापन को परिभाषित कीजिए। इसके विभिन्न प्रकारों की व्याख्या कीजिए।

अथवा

3. ब्रांडिंग की अवधारणा को समझाइए। ब्रांड जागरूकता और दृश्यता में विज्ञापन का क्या योगदान है? 14

यूनिट-II

4. प्रिंट मीडिया विज्ञापन के विभिन्न तत्व क्या हैं? उदाहरणों की सहायता से स्पष्ट कीजिए।

अथवा

5. विज्ञापन कॉपीराइटिंग के विभिन्न सिद्धांतों का वर्णन कीजिए। 14

यूनिट-III

6. आज के युग में जनसंपर्क के दायरे का वर्णन कीजिए। जनसंपर्क के विभिन्न प्रकार के जनसमूह क्या हैं?

अथवा

7. सरकारी और निजी क्षेत्रों में जनसंपर्क के क्रियात्मक रूप की तुलना कीजिए। 14

यूनिट-IV

8. उचित उदाहरणों के साथ मीडिया संबंधों के उद्देश्यों और महत्व का वर्णन कीजिए।

अथवा

9. जनसंपर्क उपकरण के रूप में प्रेस विज्ञप्तियों और प्रेस सम्मेलनों की प्रकृति और महत्व को स्पष्ट कीजिए। 14

(पंजाबी अनुवाद)

नोट :- ਪ੍ਰਸ਼ਨ 1 ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਕਰੋ।

1. ਕੋਈ ਵੀ ਸੱਤ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ 50-75 ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ ਕਰੋ :

- ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਮਿਸ਼ਰਣ ਵਿੱਚ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ
- ਮੀਡੀਆ ਕਿੱਟ
- ਨਿਊਜ਼ਵਾਇਰ

- d. ਬ੍ਰਾਂਡ ਨਿਸ਼ਾਨਾ
- e. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਮੁਹਿੰਮ
- f. ਜਿੰਗਲ
- g. AIDA
- h. ਕਾਲ ਟੂ ਐਕਸ਼ਨ
- i. ਮੀਡੀਆ ਨਿਗਰਾਨੀ
- j. ਸਪਿਨ ਅਧਿਕਾਰੀ।

7×2

ਯੂਨਿਟ-I

2. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ। ਇਸ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਜਾਂ

3. ਬ੍ਰਾਂਡਿੰਗ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। ਬ੍ਰਾਂਡ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਅਤੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਵਿੱਚ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਕਿਵੇਂ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੀ ਹੈ ? 14

ਯੂਨਿਟ-II

4. ਪ੍ਰਿੰਟ ਮੀਡੀਆ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤੱਤ ਕੀ ਹਨ ? ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਨਾਲ ਸਮਝਾਓ।

ਜਾਂ

5. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਕਾਪੀਰਾਈਟਿੰਗ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ। 14

ਯੂਨਿਟ-III

6. ਅੱਜ ਦੇ ਯੁੱਗ ਵਿੱਚ PR ਦੇ ਦਾਇਰੇ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ। PR ਪਬਲਿਕ ਦੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਕੀ ਹਨ ?

ਜਾਂ

7. ਸਰਕਾਰੀ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਪਬਲਿਕ ਰਿਲੇਸ਼ਨਜ਼ ਦੇ ਕ੍ਰਿਆਤਮਕ ਰੂਪ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰੋ। 14

ਯੂਨਿਟ-IV

8. ਉਚਿਤ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਮੀਡੀਆ ਸੰਬੰਧਾਂ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਅਤੇ ਮਹੱਤਤਾ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰੋ।

ਜਾਂ

9. PR ਟੂਲ ਵਜੋਂ ਪ੍ਰੈਸ ਰਿਲੀਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰੈਸ ਕਾਨਫਰੰਸਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਅਤੇ ਮਹੱਤਤਾ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ। 14