

(i) Printed Pages : 7

Roll No.

(ii) Questions : 10

Sub. Code :

1	1	3	3	1
---	---	---	---	---

Exam. Code :

5	0	0	4
---	---	---	---

**Bachelor of Arts (FYUP) 4th Semester
(2056)**

**ADVERTISEMENT SALES PROMOTION &
SALES MANAGERMENTS (In all Mediums)**

Paper : Advertising Media

Time Allowed : 3 Hours]

[Maximum Marks : 65

Note :- (1) Question No. 1 is compulsory, attempt any ten short questions (25-30 words). Each question carries 2 marks.

(2) Attempt three questions from Unit-I to Unit-III by selecting one question from each Unit. Each question carries 15 marks.

1. Write short answers to the following (any ten):

- a. Define advertising agency.
- b. What is media buying?
- c. What is media planning?
- d. Explain any four functions of advertising agency.

- e. Discuss any two principles of effective client-agency relationship.
- f. What is client-agency relationship?
- g. What is media objective?
- h. Define Full-Service Advertising Agency.
- i. Discuss the role of research department in advertising agency.
- j. Define advertising department.
- k. What is media scheduling?
- l. What is media department?

UNIT-I

- 2. How media planning is prepared? Explain its steps in detail.
- 3. What are the factors affecting media planning? Discuss all the factors in detail.
- 4. Explain various methods of media scheduling.

UNIT-II

- 5. Explain the features and importance of advertising agency.
- 6. What factors are to be considered by companies while selecting advertising agency?
- 7. Discuss the organisation structure of advertising agency.

UNIT-III

8. What are the different ways in which advertising agency can be paid for their services? Explain all methods in detail.
9. Discuss the various reasons of client turnover in detail.
10. Explain in detail about all the functions that an advertising department performs in the company in detail.

(हिन्दी माध्यम)

- नोट :- (1) प्रश्न 1 अनिवार्य है, किन्हीं दस लघु प्रश्नों (25-30 शब्दों) के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 2 अंक का है।
- (2) यूनिट-I से यूनिट-III तक प्रत्येक यूनिट में से एक प्रश्न चुनकर तीन प्रश्नों के उत्तर दीजिए। प्रत्येक प्रश्न 15 अंक का है।

1. निम्नलिखित प्रश्नों के संक्षिप्त उत्तर लिखिए (किन्हीं दस):
 - a. विज्ञापन एजेंसी को परिभाषित कीजिए।
 - b. मीडिया बाइंग क्या है?
 - c. मीडिया प्लानिंग क्या है?
 - d. विज्ञापन एजेंसी के किन्हीं चार कार्यों को समझाइए।
 - e. प्रभावी ग्राहक-एजेंसी संबंध के किन्हीं दो सिद्धांतों पर चर्चा कीजिए।

- f. ग्राहक-एजेंसी संबंध क्या है?
- g. मीडिया उद्देश्य क्या है?
- h. पूर्ण-सेवा विज्ञापन एजेंसी को परिभाषित कीजिए।
- i. विज्ञापन एजेंसी में अनुसंधान विभाग की भूमिका पर चर्चा कीजिए।
- j. विज्ञापन विभाग को परिभाषित कीजिए।
- k. मीडिया शेड्यूलिंग क्या है?
- l. मीडिया विभाग क्या है?

यूनिट-I

- 2. मीडिया प्लानिंग कैसे तैयार की जाती है? इसके चरणों को विस्तार से समझाइए।
- 3. मीडिया प्लानिंग को प्रभावित करने वाले कारक कौन-कौन से हैं? सभी कारकों पर विस्तार से चर्चा कीजिए।
- 4. मीडिया शेड्यूलिंग की विभिन्न विधियों को समझाइए।

यूनिट-II

- 5. विज्ञापन एजेंसी की विशेषताओं और महत्व को समझाइए।
- 6. विज्ञापन एजेंसी का चयन करते समय कंपनियों को किन कारकों पर विचार करना चाहिए?
- 7. विज्ञापन एजेंसी की संगठनात्मक संरचना पर चर्चा कीजिए।

ਯੂਨਿਟ-III

8. ਵਿਜ਼ਾਪਨ ਏਜੰਸੀ ਕੋ ਉਨਕੀ ਸੇਵਾओं ਕੇ ਲਿਏ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨੇ ਕੇ ਵਿਮਿੰਨ ਤਰੀਕੇ ਕਯਾ ਹੈਂ? ਸਮੀ ਵਿਧਿਯੋਂ ਕੋ ਵਿਸ਼ਤਾਰ ਸੇ ਸਮਝਾਝਏ।
9. ਗਰਾਹਕ ਪਰਿਵਰਤਨ ਕੇ ਵਿਮਿੰਨ ਕਾਰणों ਪਰ ਵਿਸ਼ਤਾਰ ਸੇ ਚਰਚਾ ਕੀਝਏ।
10. ਕੰਪਨੀ ਮੇਂ ਵਿਜ਼ਾਪਨ ਵਿਭਾਗ ਦੁਵਰਾ ਕਏ ਝਾਨੇ ਵਾਲੇ ਸਮੀ ਕਾਰਯੋਂ ਕੋ ਵਿਸ਼ਤਾਰ ਸੇ ਸਮਝਾਝਏ।

(ਪੰਝਾਬੀ ਅਨੁਵਾਦ)

- ਨੋਟ :- (1) ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਨੰ. 1 ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ, ਕੋਈ ਵੀ ਦਸ ਛੋਟੇ ਪ੍ਰਸ਼ਨ (25-30 ਸ਼ਬਦ ਵਿੱਚ) ਹੱਲ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 2 ਅੰਕ ਹਨ।
- (2) ਯੂਨਿਟ-I ਤੋਂ ਯੂਨਿਟ-III ਤੱਕ ਹਰੇਕ ਯੂਨਿਟ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਚੁਣ ਕੇ ਤਿੰਨ ਪ੍ਰਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰੋ। ਹਰੇਕ ਪ੍ਰਸ਼ਨ ਦੇ 15 ਅੰਕ ਹਨ।

1. ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਦੇ ਛੋਟੇ ਉੱਤਰ ਲਿਖੋ (ਕੋਈ ਵੀ ਦਸ) :
 - a. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਏਜੰਸੀ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
 - b. ਮੀਡੀਆ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕੀ ਹੈ ?
 - c. ਮੀਡੀਆ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਕੀ ਹੈ ?
 - d. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਏਜੰਸੀ ਦੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਚਾਰ ਕਾਰਜਾਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
 - e. ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਕਲਾਇੰਟ-ਏਜੰਸੀ ਸਬੰਧ ਦੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਦੋ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

- f. ਕਲਾਇੰਟ-ਏਜੰਸੀ ਸਬੰਧ ਕੀ ਹੈ ?
- g. ਮੀਡੀਆ ਉਦੇਸ਼ ਕੀ ਹੈ ?
- h. ਪੂਰੀ-ਸੇਵਾ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਏਜੰਸੀ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
- i. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਏਜੰਸੀ ਵਿੱਚ ਖੋਜ ਵਿਭਾਗ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
- j. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਵਿਭਾਗ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰੋ।
- k. ਮੀਡੀਆ ਸ਼ਡਿਊਲਿੰਗ ਕੀ ਹੈ ?
- l. ਮੀਡੀਆ ਵਿਭਾਗ ਕੀ ਹੈ ?

ਯੂਨਿਟ-I

- 2. ਮੀਡੀਆ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਕਿਵੇਂ ਤਿਆਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ? ਇਸਦੇ ਕਦਮਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਦੱਸੋ।
- 3. ਮੀਡੀਆ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਾਰਕ ਕੀ ਹਨ ? ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ ?
- 4. ਮੀਡੀਆ ਸ਼ਡਿਊਲਿੰਗ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰੀਕਿਆਂ ਬਾਰੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।

ਯੂਨਿਟ-II

- 5. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਏਜੰਸੀ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਮਹੱਤਤਾ ਬਾਰੇ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
- 6. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਏਜੰਸੀ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਕਿਹੜੇ ਕਾਰਕਾਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ?
- 7. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਏਜੰਸੀ ਦੇ ਸੰਗਠਨ ਢਾਂਚੇ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।

ਯੂਨਿਟ-III

8. ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਏਜੰਸੀ ਨੂੰ ਆਪਣੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨ ਦੇ ਕਿਹੜੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰੀਕੇ ਹਨ ? ਸਾਰੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।
9. ਕਲਾਇੰਟ ਟਰਨਓਵਰ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰਨਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਚਰਚਾ ਕਰੋ।
10. ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਵਿਭਾਗ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰਜਾਂ ਬਾਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰੋ।