



COURSE- BJMC-3<sup>RD</sup> YR

SUBJECT- ADVERTISING AND PUBLIC RELATION

TIME-3HRS

MAX MARKS-70

QUESTION- 1. SHORT NOTES- (ANY-7) (7\*5=35)

1. ADVERTISING
2. AIDA MODEL
3. ADVERTISING AS A SOCIAL PROCESS
4. ADVERTISING AGENCY
5. EVENT
6. EVENT AS A MARKET TOOL
7. NATURE OF ADVERTISING
8. ROLE OF ADVERTISING AGENCY

QUESTION-2. ATTEMPT ALL OF THESE

1. DISCUSS THE MODEL MASLOW'S HIERARCY MODEL. (10)
2. CLASSIFICATION OF ADVERTISING ON THE BASIS OF (10)
  - a. TARGET AUDIENCE
  - b. MEDIUM
3. ADVERTISING AS COMMUNICATION TOOL AND COMMUNICATION PROCESS. HOW ? (10)
4. WHY DO WE NEED EVENT? (5)

प्रश्न- 1. लघु टिप्पणियाँ- (कोई-7)

(7\*5=35)

1. विज्ञापन
2. एआईडीए मॉडल
3. एक सामाजिक प्रक्रिया के रूप में विज्ञापन देना
4. विज्ञापन एजेंसी
5. घटना
6. एक बाजार उपकरण के रूप में घटना
7. विज्ञापन की प्रकृति
8. विज्ञापन एजेंसी की भूमिका

प्रश्न 2। इन सभी का प्रयास करें

1. मॉडल मास्लो के पदानुक्रम मॉडल पर चर्चा करें।

(10)

2. विज्ञापन के आधार पर वर्गीकरण करे

(10)

ए। लक्षित दर्शक

बी। मध्यम

3. संचार उपकरण और संचार प्रक्रिया के रूप में विज्ञापन। कैसे ?

(10)

4. हमें घटना की आवश्यकता क्यों है?

(5)