7. Explain the structure and functions of advertising department in an organization.

किसी संगठन में विज्ञापन विभाग की संरचना एवं कार्यों को समझाइए ।

8. What is consumer behavior ? Explain factors influencing consumer buying behavior in advertising.

उपभोक्ता व्यवहार क्या है ? विज्ञापन में उपभोक्ता क्रय व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों को समझाइए ।

9. Discuss the concept and benefits of measuring advertising effectiveness.

विज्ञापन प्रभावशीलता के मापन की अवधारणा एवं लाभों की चर्चा कीजिए ।

❖❖❖❖❖❖❖

52246

B. Com. Gen., Hons. and Voc.

EXAMINATION, 2026

(Fourth Semester)

(Re-appear Only)

ADVERTISING

BC-406 (i)

Time : 3 *Hours*] [*Maximum Marks :* 80

Before answering the question-paper, candidates must ensure that they have been supplied with correct and complete question-paper. No complaint, in this regard will be entertained after the examination.

Note : There are Nine questions in all. Q. No. **1** is compulsory having *five* questions of total 20 marks. Q. No. 2 to 9 has choice and shall carry 15 marks each. Attempt any *four* questions from remaining Q. Nos. 2 to 9.

कुल **नौ** प्रश्न हैं । प्रश्न क्र. **1** अनिवार्य है, जिसमें कुल 20 अंकों के **पाँच** प्रश्न शामिल हैं । प्रश्न क्र. 2 से 9 में विकल्प उपलब्ध हैं और प्रत्येक प्रश्न 15 अंकों का है । शेष प्रश्न क्र. 2 से 9 में से किन्हीं **चार** प्रश्नों के उत्तर दीजिए ।

1. (a) What is promotion mix ?

प्रमोशन मिश्रण क्या है ?

(b) Define e-advertising

ई-विज्ञापन को परिभाषित कीजिए ।

(c) What is copy writing ?

कॉपी राइटिंग क्या है ?

(d) Write any two functions of advertising agency.

विज्ञापन एजेंसी के कोई दो कार्य बताइए ।

(e) What is post-testing ?

पश्च परीक्षण क्या है ?

2. Discuss advertising process in detail. Explain various stages involved in developing an advertising campaign.

विज्ञापन प्रक्रिया का विस्तार से वर्णन कीजिए । विज्ञापन अभियान के विकास की विभिन्न अवस्थाओं को समझाइए ।

3. Differentiate between advertising and publicity. Explain economic, legal and ethical easpects of advertising.

विज्ञापन और प्रचार में अंतर स्पष्ट कीजिए । विज्ञापन के आर्थिक, कानूनी एवं नैतिक पहलुओं को समझाइए ।

4. Explain advertising objectives. Discuss DAGMAR approach with advantages and limitations.

विज्ञापन उद्देश्यों को समझाइए । DAGMAR दृष्टिकोण के लाभ एवं सीमाओं की चर्चा कीजिए ।

5. What are advertising appeals ? Explain different types of appeals used in advertising.

विज्ञापन अपील क्या है ? विज्ञापन में प्रयुक्त विभिन्न प्रकार की अपीलों को समझाइए ।

6. Discuss media scheduling. Explain factors affecting selection of advertising media.

मीडिया अनुसूची की चर्चा कीजिए । विज्ञापन माध्यमों के चयन को प्रभावित करने वाले कारकों को समझाइए ।