

Maulana Azad National Urdu University

M.A. (J.M.C) II Semester Examination - May 2018

Paper : MAJM201DST : Advertising and Market Research

پرچہ: اڈورٹائزنگ اینڈ مارکیٹ ریسرچ

Total Marks : 70

Time : 3 hours

ہدایات:

یہ پرچہ سوالات تین حصوں پر مشتمل ہے: حصہ اول، حصہ دوم، حصہ سوم۔ ہر جواب کے لئے لفظوں کی تعداد اشارہ ہے۔ تمام حصوں سے سوالوں کا جواب دینا لازمی ہے۔

1. حصہ اول میں 10 لازمی سوالات ہیں جو کہ معروضی سوالات/خالی جگہ پر کرنا/مختصر جواب والے سوالات ہیں۔ ہر سوال کا جواب لازمی ہے۔ ہر سوال کے لیے 1 نمبر مختص ہے۔
(10 x 1 = 10 Marks)

2. حصہ دوم میں آٹھ سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی پانچ سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً دو سو (200) لفظوں پر مشتمل ہے۔ ہر سوال کے لیے 6 نمبرات مختص ہیں۔
(5 x 6 = 30 Marks)

3. حصہ سوم میں پانچ سوالات ہیں۔ اس میں سے طالب علم کو کوئی تین سوالوں کے جواب دینے ہیں۔ ہر سوال کا جواب تقریباً پانچ سو (500) لفظوں پر مشتمل ہے۔ ہر سوال کے لیے 10 نمبرات مختص ہیں۔
(3 x 10 = 30 Marks)

حصہ اول

سوال: 1

- (i) AAI کافل فارم کیا ہے؟
- (ii) Consumer Protection Act کس سنہ میں پاس ہوا؟
- (iii) ہندوستان کی کسی دو بڑی اشتہاراتی ایجنسی کے نام بتائیں۔
- (iv) ASCI کافل فارم لکھیے۔
- (v) Marketing Mix کے چار پی (Four P's) کے نام بتائیں۔
- (vi) ٹاپوگرافی کی اقسام بیان کیجیے۔
- (vii) Out of Home میڈیا کا دوسرا نام بتائیں۔
- (viii) ABC کافل فارم کیا ہے؟
- (ix) ہندوستان میں سب سے پرانی چل رہی اشتہاراتی مہم کا نام بتائیں۔
- (x) FMCG کافل فارم تحریر کیجیے۔

حصہ دوم

2. اشتہار نگاری کی تعریف بیان کیجیے۔
3. ہندوستان میں اشتہار نگاری کی تاریخ پر ایک نوٹ درج کیجیے۔

4. اشتہار نگاری کی مہم میں رضامندی کے اصولوں پر روشنی ڈالیے۔
5. ایک اشتہاراتی ایجنسی کے مختلف محکموں کا جائزہ پیش کیجیے۔
6. اشتہار نگاری کی اقسام مثالوں کے ساتھ بیان کیجیے۔
7. پبلک سروس اشتہار نگاری سے کیا مراد ہے؟ ہندوستان سے اس کی مثالیں درج کیجیے۔
8. اشتہار نگاری اور تعلقات عامہ میں فرق مثالوں کے ساتھ واضح کیجیے
9. برانڈ کی تعریف بیان کیجیے۔ سیلس پروموشن کی حکمت عملی کیا ہوتی ہے؟

حصہ سوم

10. صارفین کے طرز عمل کو متاثر کرنے والے عوامل کیا ہیں؟ بیان کیجیے۔
11. بھارتی قوانین نے اشتہار نگاری کے عمل کو کس طرح متاثر کیا ہے؟
12. مارکنگ کی حکمت عملی میں پیکج اور لیبل کی کیا اہمیت ہے؟ اپنی رائے تحریر کیجیے۔
13. سروگیٹ (Surrogate) اشتہار نگاری سے آپ کیا سمجھتے ہیں؟ اس کی قانونی حیثیت بیان کیجیے۔
14. کسی اشتہاراتی مہم کی تصوراتی حکمت عملی کس طرح تعمیر ہوتی ہے؟

