

Maulana Azad National Urdu University
M.A.(JMC)

IV Semester Examination, APRIL/MAY, 2026

Code: MAJM411CCT Title: ADVERTISING & MARKET RESEARCH
Time: 3 Hours Total Marks: 70

Instructions - ہدایات

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

(The question paper consists into three parts - Part I, Part II and Part III. The number of words for each answer is indicative. It is mandatory to answer the questions from all parts).

1. حصہ اول میں دس لازمی سوالات ہیں جو کہ معروضی سوالات / حوالیہ جگہ پر کرنا / مختصر جواب والے سوالات ہیں۔ ہر سوالات کا جواب لازمی ہے۔ ہر سوال کے لئے 1 نمبر مختص ہے۔

(Part I have ten (10) compulsory questions which are objective questions / fill in the blanks / short answer questions. Answer of each question is compulsory. 1 mark is allotted for each question). (10X1=10 Marks)

2. "حصہ دوم" میں آٹھ سوالات پر مشتمل ہیں، اور اس میں 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 لئے 6 نمبرات مختص ہیں۔

(Part II consists of eight questions, and the student has to answer about five questions. Answer of each question shall comprise two hundred (200) words. Six marks are allotted for each question). (5x6=30Marks)

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۔ There are five questions in the Part III. The student has to answer any three questions. The answer to each question shall be in five hundred (500) words. 10 marks are allotted for each question). (3x10=30Marks)

(اہم اے) سیمسٹر - IV اشتہارات اور مارکیٹ ریسرچ

وقت: 3 گھنٹے

کل نمبرات: 70

1. حصہ اول (لازمی) تمام سوالات کے جواب دیں

(10 x 1 = 10)

- i. اشتہارات مواصلات کی ایک شکل ہے (ذاتی / تجارتی / طنزیہ)
- ii. اشتہاری ابلاغ کے عمل میں "مرسل" (sender) "کون ہوتا ہے؟"
- iii. "ہدفی سامعین" (target audience) "سے کیا مراد ہے؟"
- iv. سیلز پروموشن کے کسی ایک عنصر کا نام دیں۔
- v. "OOH" اشتہارات "سے کیا مراد ہے؟"
- vi. ASCI کی مکمل شکل لکھیں۔
- vii. USP کیا ہے؟
- viii. گمراہ کن اشتہار (misleading advertisement) سے کیا مراد ہے؟
- ix. میڈیا پلاننگ میں "ریچ" (reach) "کیا ہوتی ہے؟"
- x. صدی کو اکثر اشتہارات کا سنہری دور (Golden Age) کہا جاتا ہے (18ویں / 19ویں / 20ویں)

حصہ دوم

کسی بھی پانچ سوالات کے جواب دیں

(5 x 6 = 30)

ہر سوال کا جواب تقریباً 200 الفاظ میں دیں

2. ہندوستان اور مغرب میں اشتہارات کی ابتدا اور ترقی کا جائزہ لیں۔

3. سروگیٹ اشتہارات کی مثالوں کے ساتھ وضاحت کریں۔
4. اشتہارات کے عناصر کی مناسب مثالوں کے ساتھ وضاحت کریں۔
5. اشتہارات کو ایک ابلاغی عمل (communication process) کے طور پر بیان کریں۔
6. میلز پروموشن کیا ہے؟ اس کے اجزاء کی وضاحت کریں۔
7. جدید اشتہارات کی مختلف اقسام پر بحث کریں۔
8. مہم کی منصوبہ بندی (campaign planning) کے مراحل کی وضاحت کریں۔
9. مختلف اشتہاری ذرائع ابلاغ (media) کی خصوصیات بیان کریں۔

حصہ سوم

کسی بھی تین سوالات کے جواب دیں

(3 × 10 = 30)

ہر سوال کا جواب تقریباً 500 الفاظ میں دیں

10. تشہیر میں قائل کرنے کے اصولوں کا تنقیدی تجزیہ کریں۔
11. صارف کے رویے (consumer behaviour) کو متاثر کرنے والے مختلف عوامل کا تجزیہ کریں۔
12. ہندوستان میں اشتہارات کو متاثر کرنے والے مختلف قوانین اور ضوابط پر بحث کریں۔
13. ASCI اور AAAI کے حوالے سے اشتہارات میں خود ضابطہ کاری (self-regulation) کے کردار کا جائزہ لیں۔
14. کسی پروڈکٹ کے لائف سائیکل کے مختلف مراحل کا تنقیدی جائزہ لیں۔

MA (Semester IV) – Advertising and Market Research

Time: 3 Hours

Maximum Marks: 70

PART I (Compulsory) - Answer ALL questions - (10 × 1 = 10 Marks)

- i. Advertising is a _____ form of communication (personal / commercial / satirical)
- ii. Who is the "sender" in the advertising communication process?
- iii. What is meant by "target audience"?
- iv. Name any one element of the sales promotion.
- v. What is meant by "OOH advertising"?
- vi. Expand ASCI.
- vii. What is a USP?
- viii. What is meant by misleading advertisement?
- ix. What is "reach" in media planning?
- x. The _____ century is often called the Golden Age of Advertising (18th / 19th / 20th)

PART II

Answer ANY FIVE questions (5 × 6 = 30 Marks) - (200 words each)

2. Trace the origin and growth of advertising in India and the West.
3. Explain surrogate advertising with examples.
4. Discuss the elements of advertising with suitable examples.
5. Explain advertising as a communication process.
6. What is sales promotion? Explain its components.
7. Discuss different types of modern advertising.
8. Explain the stages of campaign planning.
9. Discuss the characteristics of different advertising media.

PART III - Answer ANY THREE questions - (3 × 10 = 30 Marks) - (500 words each)

10. Critically analyze the principles of persuasion in advertising.
11. Analyze the different factors that affect consumer behaviour.
12. Discuss the various laws and regulations in India that affect advertising.
13. Evaluate the role of self-regulation in advertising with reference to ASCI and AAAI.
14. Critically examine the different stages in the lifecycle of a product.