DECEMBER 2023 **U/ID 32430/UCX5D**

Time : Three hours Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer any TEN questions.

Write short notes on the following:

1. Copy development
   நகல் வளர்ச்சி

2. Advertising
   விளம்பரம்

3. Budget planning
   பட்ஜெட் திட்டமிடல்

4. Media strategy
   ஊடக உத்தி

5. Outdoor advertising
   வெளிப்புற விளம்பரங்கள்

6. Trade shows
   வர்த்தக காட்சிகள்

7. Advertising copy
   விளம்பர நகல்

8. Trade name

வர்த்தக பெயர்

9. Brand name

பிராண்ட் பெயர்

10. Advertising campaign budgeting

விளம்பர பிரச்சார பட்ஜெட்

11. Attitude test

அணுகுமுறை சோதனை

12. Sales effect test

விற்பனை விளைவு சோதனை

PART B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer any FIVE questions.

13. Trace the origin of advertising.

விளம்பரத்தின் தோற்றத்தை கண்டறியவும்.

14. List out the different types of Advertising message.

பல்வேறு வகையான விளம்பர தகவல்களை வரிசைப்படுத்துக.

15. What major factors contribute to the increased complexity and risk for media planners?

ஊடகத் திட்டமிடுபவர்களுக்கு அதிகரித்த சிக்கலான தன்மை மற்றும் ஆபத்துக்கு என்ன முக்கிய காரணிகள் பங்களிக்கின்றன?

16. How is Internet audience measured and on what basis internet time and space is bought?

இணைய பார்வையாளர்கள் எவ்வாறு அளவிடப்படுகிறார்கள்? எந்த அடிப்படையில் இணைய நேரம் மற்றும் இடம் வாங்கப்படுகிறது?

17. What do you mean by in-house agency? What are the functions of in-house agency?

உள்ளக ஏஜென்சி என்றால் என்ன? ஒரு உள் நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள் என்ன?

18. What factors are responsible for the rapid growth of sales promotions?

விற்பனை விளம்பரங்களின் விரைவான வளர்ச்சிக்கு என்ன காரணிகள் காரணம்?

19. Explain briefly the positive social effects of advertisements.

விளம்பரங்களின் நேர்மறையான சமூக விளைவுகளை சுருக்கமாக விளக்குக.

PART C — ($3 \times 10 = 30$ marks)

Answer any THREE questions.

20. Discuss briefly the major developments in the history of advertising.

விளம்பர வரலாற்றில் முக்கிய முன்னேற்றங்களை சுருக்கமாக விவாதிக்கவும்.

21. Discuss the advantages and disadvantages of billboards and poster advertising.

விளம்பர பலகைகள் மற்றும் சுவரொட்டி விளம்பரங்களின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

22. Explain the importance of advertising agency.

விளம்பர நிறுவனத்தின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

23. Discuss the advantages and drawbacks of sales promotion.

விற்பனை மேம்பாட்டின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

24. State the conditions in which the sales effect of advertising can be most accurately estimated.

விளம்பரத்தின் விற்பனை விளைவை மிகத் துல்லியமாக மதிப்பிடக்கூடிய நிலைமைகளைக் கூறுக.

———————