DECEMBER 2024 **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. Market segmentation
   சந்தை பிரிவு

2. Newspaper advertising
   செய்தித்தாள் விளம்பரம்

3. Web advertising
   வலை விளம்பரம்

4. Media research
   ஊடக ஆராய்ச்சி

5. Media planning
   ஊடக திட்டமிடல்

6. Direct advertising
   நேரடி விளம்பரம்

7. Interior display
உள்துறை காட்சி

8. Trade mark
முத்திரை

9. Sales promotion
விற்பனை உயர்வு

10. Sales budgeting
விற்பனை பட்ஜெட்

11. Recall test
நினைவு கூறும் சோதனை

12. Concept testing
கருத்து சோதனை

PART B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer any FIVE questions.

13. What are the characteristic features of advertising?
விளம்பரத்தின் சிறப்பியல்பு அம்சங்கள் யாவை?

14. What are the five M's of an advertising programme?
விளம்பரத் திட்டத்தின் ஐந்து எம்கள் யாவை?

15. What are the high reach and frequency levels for a given message?

கொடுக்கப்பட்ட செய்தியின் உயர் அடைய மற்றும் அதிர்வெண் நிலைகள் யாவை?

16. List the important factors that determine frequency levels for an advertising campaign.

விளம்பர பிரச்சாரத்திற்கான அதிர்வெண் அளவை நிர்ணயிக்கும் முக்கியமான காரணிகளை பட்டியலிடுக.

17. Explain the role of advertising agencies in advertising industry.

விளம்பரத் துறையில் விளம்பர நிறுவனங்களின் பங்கை விளக்குக.

18. State and explain the process involved in the implementation of a sales promotion programme.

விற்பனை ஊக்குவிப்பு திட்டத்தை செயல்படுத்துவதில் உள்ள செயல்முறையை விளக்குக.

19. How can we tackle advertisements that promote harmful products?

தீங்கு விளைவிக்கும் தயாரிப்புகளை ஊக்குவிக்கும் விளம்பரங்களை எவ்வாறு சமாளிப்பது?

PART C — ($3 \times 10 = 30$ marks)

Answer any THREE questions.

20. What is promotional mix? How would you differentiate between marketing mix and promotion mix?
விளம்பர கலவை என்றால் என்ன? மார்க்கெட்டிங் கலவை மற்றும் விளம்பர கலவை ஆகியவற்றை எவ்வாறு வேறுபடுத்துவது?

21. Discuss the advantages and disadvantages of Internet as advertising medium.
விளம்பர ஊடகமாக இணையத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

22. What are the different methods of compensating an advertisement agency for its work? Who compensates it and how?
ஒரு விளம்பர நிறுவனத்திற்கு அதன் பணிக்கு ஈடு செய்யும் வெவ்வேறு முறைகள் யாவை? யார் அதை ஈடுசெய்கிறார்கள்? எப்படி?

23. Discuss the different approaches to evaluating sales promotions.
விற்பனை விளம்பரங்களை மதிப்பிடுவதற்கான வெவ்வேறு அணுகுமுறைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

24. Explain post-testing methods of testing advertisement effectiveness.
விளம்பர செயல்திறனை சோதிக்கும் பிந்தைய சோதனை முறைகளை விளக்குக.

———————