MAY 2022 **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. Target group.

   இலக்கு குழு.

2. Target audience.

   இலக்கு பார்வையாளர்கள்.

3. Web advertising.

   வலை விளம்பரம்.

4. Media Selection.

   ஊடக தேர்வு.

5. Media planning.

   ஊடக திட்டமிடல்.

6. Direct advertising.

   நேரடி விளம்பரம்.

7. Interior display.

உள்துறை காட்சி.

8. Trade name.

வர்த்தக பெயர்.

9. Sales planning.

விற்பனை திட்டமிடல்.

10. Advertising campaign budgeting.

விளம்பர பிரச்சார பட்ஜெட்.

11. Recall test.

நினைவுகூரும் 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 தோற்றத்தைக் 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?

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

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

விளம்பர பிரச்சாரத்திற்கான அதிர்வெண் அளவை நிர்ணயிக்கும் முக்கியமான காரணிகளை பட்டியலிடுக.

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

உள்ளக ஏஜென்சி என்றால் என்ன? ஒரு உள்ளக ஏஜென்சியின் செயல்பாடுகளை விவரி.

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

விற்பனை விளம்பரங்களின் விரைவான வளர்ச்சிக்கு என்ன காரணிகள் காரணம்?

19. How culture and advertising are related?

கலாச்சாரம் மற்றும் விளம்பரம் எவ்வாறு தொடர்புடையது?

PART C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

20. What is sales promotional mix? How would you differentiate between marketing mix and promotion mix?

விற்பனை மேம்பாட்டு கலவை என்றால் என்ன? சந்தையியல் விற்பனை கலவை மற்றும் மேம்பாட்டு கலவை ஆகியவற்றை எவ்வாறு வேறுப்படுத்துவது?

21. Discuss the advantages and disadvantages associated with advertising in cinema halls.

சினிமா அரங்குகளில் விளம்பரத்துடன் தொடர்புடைய நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

22. Explain the significance or 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. Explain the pre-testing methods of advertising effectiveness.

விளம்பர செயல்திறனை சோதிக்கும் முன் சோதனை முறைகளை விளக்குக.

———————