MAY 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 Research
ஊடக ஆராய்ச்சி

5. Outdoor Advertising
வெளிப்புற விளம்பரங்கள்

6. Trade shows
வர்த்தக காட்சிகள்

7. Advertising Agencies
விளம்பர முகவர்

8. Trade mark

முத்திரை

9. Brand name

பிராண்ட் பெயர்

10. Advertising campaign budgeting.

விளம்பர பிரச்சார பட்ஜெட்

11. Attitude test

அணுகுமுறை சோதனை

12. Theme testing

கருப்பொருள் சோதனை

PART B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer any FIVE questions.

13. Explain briefly the evolution of advertising.

விளம்பரத்தின் பரிணாமத்தை சுருக்கமாக விளக்குக.

14. What are the five M's of an advertising programme?

விளம்பரத் திட்டத்தின் ஐந்து 'எம்'கள் என்ன?

15. What important factors should be considered in market analysis in developing a media plan?

ஊடகத் திட்டத்தை உருவாக்குவதில் சந்தை பகுப்பாய்வில் என்ன முக்கியமான காரணிகளைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்?

16. How can advertisers use Internet to their advantage?

விளம்பரதாரர்கள் தங்கள் நன்மைக்காக இணையத்தை எவ்வாறு பயன்படுத்தலாம்?

17. What do you mean by advertising agency? What services does an agency render to the client?

விளம்பர நிறுவனம் என்றால் என்ன? ஒரு நிறுவனம் வாடிக்கையாளருக்கு என்ன சேவைகளை வழங்குகிறது?

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. Discuss briefly the major development in the history of advertising.

விளம்பர வரலாற்றில் முக்கிய முன்னேற்றங்களை சுருக்கமாக விவாதிக்கவும்.

21. Discuss the advantages and disadvantages of Internet as advertising medium.

விளம்பர ஊடகமாக இணையத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

22. Explain the need for briefing an advertising agency. What are reasons for losing clients by an advertising agency?

ஒரு விளம்பர நிறுவனத்திற்கு விளக்கமளிக்கும் தேவையை விளக்குக. ஒரு விளம்பர நிறுவனத்தால் வாடிக்கையாளர்களை இழப்பதற்கான காரணங்கள் யாவை?

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.

———————