MAY 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. Target group.
இலக்கு குழு.

2. Target audience.
இலக்கு பார்வையாளர்கள்.

3. Selection of media.
ஊடகத்தின் தேர்வு.

4. Media scheduling.
ஊடக திட்டமிடல்.

5. Mass media.
வெகுஜன ஊடகம்.

6. Indoor advertising.
உட்புற விளம்பரம்.

7. Advertising agencies.
விளம்பர முகவர்.

8. Showroom advertising.
காட்சி அறை விளம்பரம்.

9. Sales planning.
விற்பனை திட்டமிடல்.

10. Advertising campaign budgeting.
விளம்பர பிரச்சார பட்ஜெட்.

11. Recognition test.
அங்கீகார சோதனை.

12. Theme testing.
தீம் சோதனை.

PART B — ($5 \times 5 = 25$ marks)

Answer any FIVE questions.

13. Explain briefly the evolution of advertising.
விளம்பரத்தின் பரிணாமத்தை சுருக்கமாக விளக்குக.

14. Explain the scope of advertising in the present day context.
இன்றைய சூழலில் விளம்பரத்தின் நோக்கத்தை விளக்குக.

15. What important factors should be considered in market analysis in developing a media plan?
ஊடக 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. What is sales promotion? How does it differ from advertising?

விற்பனை மேம்பாடு என்றால் என்ன? இது விளம்பரத்திலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது?

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 advertising? How does it differ from publicity, propaganda and personal selling?

விளம்பரம் என்றால் என்ன? இது விளம்பரத்திலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது, பிரச்சாரம் மற்றும் தனிப்பட்ட விற்பனை?

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

சினிமா அரங்குகளில் விளம்பரத்துடன் தொடர்புடைய நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.

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

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

23. In what stages of the products life cycle can pull and push strategies be used?

உற்பத்தியின் வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் எந்த கட்டங்களில் உத்திகள் இழுக்கப்படலாம்?

24. Explain the pre-testing methods of testing advertising effectiveness.

விளம்பர செயல்திறனை சோதிக்கும் முன் சோதனை முறைகளை விளக்குக.

———————