UNIVERSITY OF THE PUNJAB

Seventh Semester – 2019

Examination: B.S. 4 Years Program

Roll No. in Fig. .....

Roll No. in Words. .....

.....

.....

Signature of Supdt.:

PAPER: Advertising-I **MAX. TIME: 15 Min.**

Course Code: BSCS-408 Part–I (Compulsory) **MAX. MARKS: 10**

Attempt this Paper on this Question Sheet only.
Please encircle the correct option. Division of marks is given in front of each question.
This Paper will be collected back after expiry of time limit mentioned above.

Q.1. Encircle the right answer, cutting and overwriting is not allowed. (1x10=10)

1. Interlink is an advertising company of
   A. India
   B. Pakistan
   C. America
   D. Russia
2. Which of the following is not a stage in evolution of advertising:
   A. Identification
   B. Information
   C. Promotion
   D. pricing
3. which is not the classification of advertising objectives:
   A. To inform
   B. To remind
   C. To persuade
   D. To order
4. What is the overall objective of advertising
   A. To build customer relationship
   B. To build public relationship
   C. To build personal relationship
   D. To build press relationship
5. Individuals who have specific needs and for whom the communication must be specifically tailored is known as_____
   A. Audience
   B. People
   C. Community
   D. Target Audience
6. Marketing means:
   A. Buying
   B. Selling
   C. Buying & Selling
   D. Analyzing
7. With the advent of Internet, which one of these is considered the most influential medium for advertisement these days?
   A. Television
   B. Newspaper
   C. E-Commerce
   D. Radio
8. Digital marketing is same as
   A. Marketing through emails
   B. Marketing on Facebook
   C. Marketing on Twitter
   D. All of above
9. A slogan in promotion is used because:
   A. It makes you unique
   B. It grabs your attention
   C. It always reminds of a definite brand
   D. All of above
10. Which of these media is not used for advertisement?
    A. Newspapers
    B. Magazines
    C. Billboards
    D. Notebooks

P.T.O. for Urdu Version

ملٹی پل چوائس سوالات۔۔۔۔۔ کل نمبر دس۔ بہترین جواب کا انتخاب کریں۔

1۔ انٹرلنک کس ملک کی اشتہار سازی کی کمپنی ہے؟

ا۔ انڈیا ۲۔ پاکستان

۳۔ امریکہ ۴۔ روس

2۔ ان میں سے کون سا مرحلہ ایڈورٹائزنگ کے ارتقاء میں شامل نہیں ہے۔

ا۔ شناخت ۲۔ معلومات

۳۔ پرموشن ۴۔ قیمت

3۔ ان میں سے کون سا ایڈورٹائزنگ کا مقصد نہیں ہے۔

ا۔ معلومات دینا ۲۔ یاد دہانی کروانا

۳۔ قائل کرنا ۴۔ حکم دینا

4۔ ایڈورٹائزنگ کا بنیادی مقصد کیا ہے۔

ا۔ گاہکوں سے تعلق قائم کرنا ۲۔ عوام سے تعلق قائم کرنا

۳۔ ذاتی تعلق قائم کرنا ۴۔ پریس سے تعلق قائم کرنا

5۔ ایسے لوگ جن کی خاص ضروریات ہوتی ہیں اور جن کے لیے ابلاغی عمل تشکیل پاتا ہے انہیں کیا کہتے ہیں۔

ا۔ آڈیئنس ۲۔ لوگ

۳۔ کمیونٹی ۴۔ ٹارگٹ آڈیئنس

6۔ مارکیٹنگ کا کیا مطلب ہے۔

ا۔ خریدنا ۲۔ بیچنا

۳۔ خریدنا اور بیچنا ۴۔ تجزیہ کرنا

7۔ انٹرنیٹ کی آمد سے ان میں سے کون سا ذریعہ اشتہار سازی کے لیے آج کے دور میں مفید سمجھا جاتا ہے۔

ا۔ ٹی وی ۲۔ اخبار

۳۔ ای کامرس ۴۔ ریڈیو

8۔ ڈیجیٹل مارکیٹنگ۔۔۔۔۔۔۔ ہوتی ہے۔

ا۔ ای میل کے ذریعے مارکیٹنگ ۲۔ فیس بک کے ذریعے مارکیٹنگ

۳۔ ٹوئٹر کے کے ذریعے مارکیٹنگ ۴۔ یہ تمام آپشنز

9۔ پرموشن میں سلوگن اس لیے استعمال کیا جاتا ہے کیونکہ

ا۔ یہ آپ کے برانڈ کو منفرد بناتا ہے ۲۔ توجہ مبذول کرواتا ہے

۳۔ مخصوص برانڈ کی یاد دہانی کرواتا ہے ۴۔ یہ تمام آپشنز

۱۰۔ ان میں سے کونسا میڈیا ایڈورٹائزنگ کے لیے استعمال نہیں ہوتا۔

ا۔ میگزین ۲۔ بل بورڈ

۳۔ اخبارات ۴۔ نوٹ بک

UNIVERSITY OF THE PUNJAB

Seventh Semester – 2019

Examination: B.S. 4 Years Program

Roll No. .....

PAPER: Advertising-I
Course Code: BSCS-408 Part – II

MAX. TIME: 2 Hrs. 45 Min.
MAX. MARKS: 50

ATTEMPT THIS (SUBJECTIVE) ON THE SEPARATE ANSWER SHEET PROVIDED

Q.2. Write short answers of each of the following. (5x4 = 20)

1. Discuss four P's of Advertising.
2. Write down the steps of AIDA model.
3. Write down the disadvantages of advertising?
4. Discuss the types of advertising appeals.
5. Differentiate between advertising and public relation.

مندرجہ ذیل کا مختصر اجواب تحریر کیجئے۔ ہر سوال کے چار نمبر ہیں۔

1۔ ایڈورٹائزنگ کے چار پیز پر مختصر بحث کیجئے۔

2۔ اے آئی ڈی اے ماڈل کے مراحل تحریر کیجئے۔

3۔ ایڈورٹائزنگ کے نقصانات تحریر کیجئے۔

4۔ ایڈورٹائزنگ اپیل کی اقسام تحریر کیجئے۔

5۔ ایڈورٹائزنگ اور تعلقات عامہ کا موازنہ کیجئے۔

Q.3. Questions with detailed answers: (3x10 = 30)

1. Define advertising. Discuss the types of advertising.

2. Write a detail note on the objectives and functions of advertising.

3. "Advertising is the economic backbone of media." In the light of this statement, please discuss the power of multinational companies over media houses with examples.

مندرجہ ذیل کا تفصیلی جواب تحریر کیجئے۔ ہر سوال کے دس نمبر ہیں۔

سوال نمبر1۔ ایڈورٹائزنگ کی تعریف کریں؟ ایڈورٹائزنگ کی مختلف اقسام پر بحث کریں۔

سوال نمبر2۔ ایڈورٹائزنگ کے مقاصد اور کردار پر تفصیلی نوٹ تحریر کریں۔

سوال نمبر3۔ "ایڈورٹائزنگ کو ابلاغی معشیت میں ریڑھ کی ہڈی کا مقام حاصل ہے"۔ اس بیان کی روشنی میں ملٹی نیشنل کمپنیوں کے میڈیا ہاؤسز پر اثرات کا جائزہ لیجئے۔