

INDIAN INSTITUTE OF MASS COMMUNICATION

भारतीय जन संचार संस्थान

Entrance Examination – 2010

प्रवेश परीक्षा-2010

PG Diploma in Advertising and Public Relations

विज्ञापन एवं जनसम्पर्क में स्नातकोत्तर डिप्लोमा पाठ्यक्रम

Total Marks: 85

पूर्णांक-85

Time: 2 Hrs.

समय-2 घंटे

Note: 1. Answer all questions. No additional answer sheet would be provided.

सभी प्रश्नों के उत्तर दीजिए। दी गई उत्तर पुस्तिका के अलावा कोई अतिरिक्त उत्तर पुस्तिका उपलब्ध नहीं कराई जाएगी।

2. The test is aimed at assessing awareness of issues, analytical and communication skills.

परीक्षा का उद्देश्य मुद्दों की जानकारी और विश्लेषणात्मक तथा संचार कौशल को परखना है।

3. Clarity and precision in expression should be the aim in answering questions.

प्रश्नों का उत्तर स्पष्ट और सटीक होना चाहिए।

4. The word limit given is the maximum. There is no harm in writing less.

उत्तर के लिए निर्धारित शब्द सीमा अधिकतम है। उससे कम शब्दों में भी उत्तर दिया जा सकता है।

Question 1.

(3x5=15 marks)

प्रश्न संख्या-1

(3x5=15 अंक)

Critique any **three** of following famous sayings in a small paragraph each (maximum word limit- 50 words each).

निम्नलिखित उद्धरणों में से **तीन** की आलोचनात्मक व्याख्या कीजिए। (प्रत्येक 50 शब्दोंमें)

1. "East is east and West is west. Never the twain shall meet."

"पूरब, पूरब है और पश्चिम, पश्चिम है। दोनों कभी नहीं मिल सकते।"

2. "Brevity is the soul of wit."

"संक्षिप्तता ही वाग्मिता की आत्मा है।"

3. "Strength does not come from physical capacity. It comes from an indomitable will."

"शक्ति शारीरिक बल से नहीं आती है। यह दृढ़ निश्चय से आती है।"

4. "Is it a world to hide virtues in?"

"क्या इस दुनिया में गुण छुप सकते हैं?"

Question 2.

(20 marks)

प्रश्न संख्या-2

(3x5=20 अंक)

A. What is the difference between a brand and a good/service? Substantiate your answer with suitable examples. (5 marks)

क. एक ब्रांड और एक वस्तु/सेवा में क्या अंतर होता है? उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए। (5अंक)

B. What according to you is an "effective" advertising campaign – explain with one or two suitable examples. (5 marks)

ख. आपके अनुसार एक प्रभावी विज्ञापन अभियान क्या होता है—एक या दो उदाहरणों सहित समझाइए। (5 अंक)

C. How would you define a customer for any five of the following brands?

ग. निम्नलिखित में से किन्हीं पांच ब्रांड के उपभोक्ताओं को आप कैसे परिभाषित करेंगे?

a) Pepsi

अ. पेप्सी

b) Levis

ब. लिवाइस

c) Bata shoes

स. बाटा शू

d) Swatch watches

द. स्वाच घड़ियां

e) Baskin Robbins ice cream

इ. बास्किन रोबिन्स आइसक्रीम

f) Vadilal ice cream

प. वाडीलाल आइसक्रीम

g) Benetton (5X2 =10 marks)

फ. बेनेटन

(5X2 =10अंक)

Question 3.

(4x5=20 marks)

प्रश्न संख्या -3

(4x5=20 अंक)

Write a paragraph each on any four of the following:

निम्नलिखित में किन्हीं चार के बारे में एक पैराग्राफ में लिखिए।

a) Khap Panchayats

क. खाप पंचायत

b) "Breaking news"

ख. "ब्रेकिंग न्यूज"

c) IPL

ग. आईपीएल

- d) Reality shows
घ. रियलिटी शो
e) Inflation
ट. मुद्रास्फीति
f) Melting of Himalayan glaciers
ठ. हिमालयी ग्लेशियरों का पिघलना

Question 4.

(15 marks)

प्रश्न संख्या-4

(15 अंक)

(Maximum word limit -300 words)

अधिकतम तीन सौ शब्दों में लिखें।

Choose any recent social campaign that you may have seen in the mass media and critically analyze its objectives, the target audience it is aimed at and the key communication message. Is the campaign effective? Discuss.

हाल में जन संचार माध्यमों में देखे किसी सामाजिक विज्ञापन अभियान की आलोचनात्मक व्याख्या करते हुए बताइए कि उसका उद्देश्य, लक्षित ऑडियन्स और मुख्य संदेश क्या था? क्या अभियान प्रभावी था? चर्चा कीजिए।

Or

या

Critically analyze the various campaigns of mobile service providers in India. Which one campaign in your view strikes a chord in you and why and which one campaign you think is a wastage of money and why?

भारत में मोबाइल सेवा प्रदाता कम्पनियों के अभियानों का आलोचनात्मक विश्लेषण कीजिए। इनमें से कौन सा अभियान आपको सब से अधिक पसंद आया और कौन सा अभियान पैसा बर्बाद करने वाला लगा? स्पष्ट कीजिए।

Question.5

(Total 15 marks)

प्रश्न संख्या-5

(15 अंक)

A. Chose any **10** of the 15 taglines given below and identify the brand to which each belongs. In your answer sheet, write all your chosen tag lines reflected in the question paper and indicate the brand against each tagline. (10 marks)

क. निम्नलिखित 15 टैग लाइन्स में से **दस** को चुनकर उनके ब्रांड के नाम लिखिए। उत्तर पुस्तिका में पहले टैग लाइन और फिर ब्रांड का नाम लिखिए। (10 अंक)

1. No dream too big
नो ड्रीम टू बिग
2. The upper crest
द अपर क्रेस्ट
3. Fun. Family. Forever.
फन. फेमिली. फॉरएवर
4. News for the new Indian.
न्यूज फॉर द न्यू इंडियन

5. Making sense of India
मेकिंग सेन्स ऑफ इंडिया
6. The complete man
द कम्पलीट मैन
7. Desh ki dhadkan
देश की धड़कन
8. Have you met life today?
हैव यू मेट लाइफ टुडे?
9. We know money
वी नो मनी
10. Good people to bank with
गुड पीपुल टू बैंक विथ
11. Think outside the box
थिंक आउटसाइड द बॉक्स
12. The world's favorite airline
द वर्ल्डस फेवरिट एयरलाइन
13. Citi never sleeps
सिटी नेवर स्लीप्स
14. A diamond is forever
ए डायमण्ड इज फॉरएवर
15. The world's online marketplace
द वर्ल्डस ऑनलाइन मार्केटप्लेस

B. Choose any **five** of the following personalities and write about them in three to four lines each. (5 marks)

ख. निम्नलिखित व्यक्तियों में से किन्हीं **पांच** पर तीन या चार वाक्यों में लिखिए। (5 अंक)

1. Piyush Pandey
पीयूष पाण्डेय
2. Prasoon Joshi
प्रसून जोशी
3. Chetan Bhagat
चेतन भगत
4. Shreya Ghoshal
श्रेया घोषाल
5. Barkha Dutt
बरखा दत्त
6. Prabhu Chawla
प्रभु चावला
7. A. R. Rahman
ए.आर. रहमान
8. Zohra Sehgal
जोहरा सहगल
