

Reg. No. :

Code No. : 12924

Sub. Code : JAEC 11

B.A. (CBCS) DEGREE EXAMINATION,
NOVEMBER 2016.

First Semester

Economics – Allied

PRINCIPLES OF ADVERTISING

(For those who joined in July 2016 onwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer :

1. தனிப்பட்டரல்லாத சமர்ப்பித்தலை எவ்வாறு அழைப்பர்

(அ) தனிப்பட்ட விற்பனை

(ஆ) விற்பனைத்திறன்

(இ) வெளிப்படையான விளம்பரம்

(ஈ) விளம்பரம்

Non-personal presentation is called as

(a) Personal selling (b) Salesmanship

(c) Publicity (d) Advertising

(ஆ) விளம்பர வரவு-செலவு திட்ட முறைகளை பற்றி விவரி.

Describe the methods of budgeting.

20. (அ) விளம்பர முகவரின் அமைப்பு மற்றும் அதனின் செயல்பாடுகள் பற்றி விளக்குக.

Explain the organization and working of an advertising agency.

Or

(ஆ) விளம்பரதாரர் விளம்பரதுறை மற்றும் விளம்பரமுகவர் இரண்டையும் வைத்துக் கொள்ளு ஏற்றுக் கொள்ளக்கூடா - காரணம் கூறு.

Is it desirable for an advertiser to have both an advertising department and also an advertising agency? Give reasons.



2. இந்திய விளம்பர தர குழு எந்த ஆண்டு நிறுவப்பட்டது

(அ) 1947 (ஆ) 1951

(இ) 1956 (ஈ) 1961

Advertising standards councils of India was established in

(a) 1947 (b) 1951

(c) 1956 (d) 1961

3. நிறுவனத்தின் ஒரு நல்ல அடையாளத்தை உருவாக்க வேண்டும் என்ற நோக்கம் எதன் கீழ் உள்ளது

(அ) விளம்பர தேர்வு

(ஆ) பொருள் விளம்பரம்

(இ) நிறுவன விளம்பரம்

(ஈ) வணிக விளம்பரம்

The objective of the company is to create a good image is coming under the

(a) Selective advertising

(b) Product advertising

(c) Institutional advertising

(d) Commercial advertising

4. நுகர்வோர் (அ) வியாபாரம் (அ) தொழில் விளம்பரம் எதன் கீழ் வருகின்றது

(அ) பொருள் விளம்பரம்

(ஆ) நிறுவன விளம்பரம்

(இ) வணிக விளம்பரம்

(ஈ) வணிகமல்லாத விளம்பரம்

Consumer or business or industrial advertising coming under the

(a) Product advertising

(b) Institutional advertising

(c) Commercial advertising

(d) Non-commercial advertising

5. வியக்கத்தக்க மற்றும் தனித்துவம் உள்ள பொருளுக்கு எந்த மாதிரியை பயன்படுத்துவது

(அ) விளக்கமான நடை

(ஆ) புதிய நடை

(இ) இதனை நம்ப (அ) நம்பாத நடை

(ஈ) கேலிசித்திர நடை



Which layout is used where the product has outstanding and amazing features?

- (a) Narrative style
- (b) The new style
- (c) The believe it or not style
- (d) The cartoon style

6. மிகப் பெரிய நிறுவனங்களுக்கு பொருந்தக்கூடிய விளம்பரநகல் வகை எது?

- (அ) நேர்கோட்டு வகை
- (ஆ) நிறுவன வகை
- (இ) நற்சான்று வகை
- (ஈ) படம் மற்றும் தலைப்பு வகை

Which type of advertising copy is suitable for very large organisations?

- (a) Straight line type
- (b) Institutional type
- (c) Testimonial type
- (d) Picture and caption type

7. செய்தித்தாள், வார இதழ் மற்றும் இதழ்களின் விளம்பரத்தை எவ்வாறு அழைப்பர்

- (அ) செய்தித்தாள் விளம்பரம்
- (ஆ) தொலைக்காட்சி விளம்பரம்
- (இ) செய்தி விளம்பரம்
- (ஈ) சுவர் விளம்பரம்

Advertising in newspapers, magazines and journals is called as

- (a) Paper advertisement
- (b) Television advertisement
- (c) Press advertisement
- (d) Hoarding advertisement

8. இவற்றில் ஒன்று வெளிவிளம்பர மல்ல

- (அ) செய்தி (ஆ) சுவரொட்டி
- (இ) வர்ண அடையாளம் (ஈ) சுவர் விளம்பரம்

Which advertisement is not a outdoor advertising?

- (a) Press (b) Posters
- (c) Painting signs (d) Hoarding

9. விளம்பர வரவு-செலவு திட்டம் என்பது

- (அ) உற்பத்தி (ஆ) செலவு
- (இ) விற்பனை (ஈ) பகிர்வு

Advertising budgets means for

- (a) Production (b) Cost
- (c) Sales (d) Distribution



10. விளம்பர முகவர் அடிப்படையில் இந்த ஒரு அமைப்பில் இருக்கலாம்

(அ) தனி உரிமையாளர்

(ஆ) பங்குதாரர்கள்

(இ) கூட்டு பங்குதாரர் நிறுவனம்

(ஈ) இவை அனைத்திலும்

Basically the agency may be in the form of a

(a) Sole proprietorship

(b) Partnership

(c) Firm-stock-company

(d) All the above

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions, choosing either (a) or (b).

Answer should not exceed 250 words.

11. (அ) விற்பனை திறனிலிருந்து விளம்பரத்தை வேறுபடுத்துக.

Distinguish between salesmanship and advertising.

Or

(ஆ) விளம்பரத்தின் நன்மைகளை விரிவாக விளக்குக.

Enumerate the merits of advertising.

Page 6

Code No. : 12924

12. (அ) விளம்பர யுக்தி மூலகங்களை பற்றி விவரி.

Describe the elements of advertising strategy.

Or

(ஆ) விளம்பர நகலின் பல்வேறு வகைப்பாட்டினை விளக்குக.

Explain the various classification of advertising copy.

13. (அ) விளம்பரத்திற்கான விளம்பர சாதன அமைப்பை பற்றி விளக்குக.

Explain the forms of advertising media for publicity.

Or

(ஆ) நேரடி செய்தி விளம்பரத்தின் பல்வேறு வடிவங்கள் யாவை?

What are the different forms of direct mail publicity?

14. (அ) விளம்பர வரவு-செலவு திட்டத்தின் இயல்புகளை பற்றி விளக்குக.

Explain the features of advertising budget.

Or

Page 7

Code No. : 12924



(ஆ) விளம்பர வரவு-செலவு திட்டத்தை பாதிக்கும் காரணிகள் யாவை?

What are the factors affecting advertising budget?

15. (அ) விளம்பரதார வாடிக்கையாளருக்கு விளம்பர முகவரின் பணிகள் யாவை?

What does the advertising agency do for its client the advertiser?

Or

(ஆ) விளம்பர முகவர் தேர்ந்தெடுக்கும் நடைமுறைகளை பற்றி விளக்குக.

Explain the process of selection of advertising agency.

PART C — (5 × 8 = 40 marks)

Answer ALL questions, choosing either (a) or (b).

Answer should not exceed 600 words.

16. (அ) விளம்பரங்களின் முக்கிய குறைபாடுகளை விளக்குக.

Explain the main criticisms of advertising.

Or

(ஆ) விளம்பரங்களின் பல்வேறு வகைகளை விளக்குக.

Describe the various types of advertising.

Page 8 Code No. : 12924

17. (அ) ஒரு நல்ல விளம்பர நகலின் பண்புகளை ஆராய்க.

Examine the qualities of a good advertising.

Or

(ஆ) விளம்பரம் மேற்கொள்ளும் போது முக்கியமாக கடைபிடிக்க வேண்டியவைகள் யாவை?

What are the chief points to be observed in drawing up an advertisement? Illustrate with example.

18. (அ) “தற்கால வாணிபத்திற்கு வானொலி விளம்பரம் ஒரு கட்டாயம்” - விளக்கம் கூறு.

“Radio publicity has become a ‘must’ for modern business”? Comment.

Or

(ஆ) வெளிப்புற விளம்பரத்தில் பல்வேறு வடிவங்கள் பற்றி விவாதி.

Discuss the various forms of outdoor publicity.

19. (அ) ஒரு சிறந்த விளம்பர வரவு-செலவு திட்டத்தின் பண்புகளை பற்றி குறிப்பிடுக.

List out the qualities of a good advertisement budgets.

Or

Page 9 Code No. : 12924

