

(8 pages)

Reg. No. :

Code No. : 12660

Sub. Code : GAPI 11

B.A. (CBCS). DEGREE EXAMINATION,
NOVEMBER 2015.

First Semester

Economics – Allied

PRINCIPLES OF ADVERTISING

(For those who joined in July 2012 and afterwards)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer:

1. விளம்பரம் என்ற பதம் _____ என்ற இலத்தீன் சொல்லிலிருந்து தருவிக்கப்பட்டது.

(அ) Advertero (ஆ) Advarto
(இ) Adverta (ஈ) Advert

The term advertising is derived from Latin word

(a) Advertero (b) Advarto
(c) Adverta (d) Advert

2. விளம்பரம் என்பது ஆள்சாரா பேரளவு வாணிப தகவல் தொடர்பு ஆகும். இக்கூற்று சரியா?

(அ) சரி (ஆ) தவறு
(இ) பகுதி சரி (ஈ) கூற முடியாது

Advertising is a mass non-personal communication is it correct?

(a) true (b) false
(c) partially true (d) can't say

3. பெருக்க விளம்பரத்திற்கு சரியான உதாரணம்

(அ) மின்சாதன காட்சியகம் (ஆ) விற்பனை கடிதங்கள்
(இ) சாளரக் காட்சி (ஈ) தொலைக்காட்சி

Best example for promotional advertising is

(a) electric display (b) sales letters
(c) window display (d) television

4. நேரடி விளம்பரத்திற்கு எடுத்துக்காட்டு _____ ஆகும்.

(அ) வான் விளம்பரம் (ஆ) சுற்றறிக்கை கடிதங்கள்
(இ) காட்சியகம் (ஈ) வானொலி

_____ is an example for direct advertising.

(a) sky advertising (b) circular letters
(c) show rooms (d) radio



5. பணியின் அடிப்படையில் விளம்பர நகல் _____ பிரிக்கப்படுகிறது?

- (அ) 2 ஆக (ஆ) 3 ஆக
(இ) 4 ஆக (ஈ) 5 ஆக

On the basis of function, advertising copy is divided in to

- (a) 2 (b) 3
(c) 4 (d) 5

6. AAF _____ வில் அமைந்துள்ளது.

- (அ) அமெரிக்கா (ஆ) இங்கிலாந்து
(இ) சிங்கப்பூர் (ஈ) இந்தியா

AAF is in _____.

- (a) America (b) England
(c) Singapore (d) India

7. வாய்ச் சொல் விளம்பரம் என அழைக்கப்படுவது

- (அ) நேர் முக விற்பனை (ஆ) விளம்பரம்
(இ) விற்பனைப் பெருக்கம் (ஈ) ஏதுமில்லை

_____ is called as oral advertisement.

- (a) personal selling (b) advertising
(c) sales promotion (d) none of these

8. விளம்பரம் _____ உருவாக்கும்.

- (அ) முற்றுரிமையை (ஆ) இலாபத்தினை
(இ) விற்பனையை (ஈ) நட்டத்தினை

Advertising creates _____.

- (a) monopoly (b) profit
(c) sales (d) loss

9. விளம்பர நகலில் _____ சூத்திரம் முக்கியம் பெறுகிறது.

- (அ) AIDA (ஆ) AISAD
(இ) AIDSA (ஈ) AIDAS

_____ formula gets important in advertising copy

- (a) AIDA (b) AISAD
(c) AIDSA (d) AIDAS

10. ஒரு நல்ல விளம்பரம்

- (அ) நுகர்வோர்களைக் கவருகிறது
(ஆ) பொருட்களை வாங்க தூண்டுகிறது
(இ) பொருட்களை ஞாபகப்படுத்துகிறது
(ஈ) இவையனைத்தும்

A good advertisement

- (a) attracts consumers
(b) Induces to buy goods
(c) Memorizing the product
(d) All of these



PART B — (5 × 5 = 25 marks)

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

Answer should not exceed 250 words.

11. (அ) விளம்பரப்படுத்துதல் என்றால் என்ன? அதன் இயல்புகளை வெளிக்கொணர்க.

What is advertising? Bring out its features.

Or

- (ஆ) விளம்பரப்படுத்துதலுக்கும் பறைசாற்றுதலுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை?

What are the differences between advertising and publicity?

12. (அ) விளம்பர நகலின் அவசியத்தினைக் கூறுக.

State the purpose of advertising copy.

Or

- (ஆ) விளம்பர நகலை பணியின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்துக.

Classify advertising copy on the basis of function.

13. (அ) செய்தித்தாள் விளம்பரத்தின் இயல்புகளை பட்டியலிடு.

List the features of newspaper advertising.

Or

Page 5

Code No. : 12660

- (ஆ) வெளிப்புற விளம்பரத்தின் நன்மைகள் யாவை?

What are the advantages of outdoor advertising?

14. (அ) விளம்பர வரவு-செலவுத் திட்டம் குறிப்பு எழுதுக.

Write a note on advertising budget.

Or

- (ஆ) யார் விளம்பர வரவு செலவு திட்டத்தினை தயாரிப்பது?

Who prepares advertising budget?

15. (அ) விளம்பர முகமையின் பங்கினை விளக்குக.

Explain the role of advertising agency.

Or

- (ஆ) ஏன் விளம்பரதாரர்கள் விளம்பர முகமையினை தெரிவு செய்கின்றன?

Who advertisers prepares advertising agency?

Page 6

Code No. : 12660



PART C — (5 × 8 = 40 marks)

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

Answer should not exceed 600 words.

16. (அ) உற்பத்தியாளர்களுக்கு விளம்பரம் எவ்வாறு உதவியாக இருக்கிறது?

How far advertising is helpful to manufacturers?

Or

- (ஆ) விளம்பரத்திற்கு எதிரான வாதங்களை விளக்குக.

Explain the argument against advertising.

17. (அ) விளம்பர நகலின் நல்லியல்புகளை இயம்புக.

Examine the salient features of advertising copy.

Or

- (ஆ) விளம்பர நகலின் செயல்பாட்டினை மதிப்பிட பிரயோகிக்கும் முறைகளை விளக்குக.

Explain the methods used to evaluate effectiveness of advertising copy.

18. (அ) வெளிப்புற விளம்பரத்திற்கு தேவையானவற்றை பட்டியலிடுக.

List down the essentials of outdoor advertising.

Or

Page 7 Code No. : 12660

- (ஆ) சாளரக் காட்சியின் பல்வேறு வகைகளை சுட்டிக்காட்டுக.

Point out the various types of window display.

19. (அ) விளம்பர வரவு செலவு திட்டத்தின் முக்கியத்துவத்தினை ஆராய்க.

Analyse the significance of advertising budget.

Or

- (ஆ) கணக்கியல் முறையிலுள்ள முக்கியமான மாதிரிகளை விளக்குக.

Explain the important models of mathematical methods.

20. (அ) விளம்பர முகமையின் அமைப்பினை வரைக.

Draft the structure of an advertising agency.

Or

- (ஆ) விளம்பர முகமை தெரிவு செய்வதனை தீர்மானிக்கும் காரணிகள் யாவை?

What are the factors that determine selection of advertising agency?

Page 8 Code No. : 12660

