



QP CODE: 20101224



20101224

Reg No :

Name :

B A DEGREE (CBCS) EXAMINATION, NOVEMBER 2020

Second Semester

B.A Malayalam Language and Literature Model II Copy Writing

Vocational Course - ML2VOT03 - പരസ്യവും ആശയവിനിമയവും

2017 ADMISSION ONWARDS

FEDAF601

Time: 3 Hours

Max. Marks : 80

പാർട്ട് എ

അരപ്പുറത്തിൽ കവിയാതെ ഏതെങ്കിലും പത്തു ചോദ്യത്തിന് ഉത്തരമെഴുതുക.
ഓരോ ചോദ്യത്തിനും 2 മാർക്ക് വീതം.

1. എന്താണ് ആശയവിനിമയം?
2. ഇന്റർ പേഴ്സണൽ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ എന്നാലെന്ത്?
3. പരസ്യം ആശയവിനിമയമാണോ?
4. കുടുംബസ്വാധീനം എന്നാൽ എന്ത്?
5. മോട്ടിവേഷന്റെ പ്രാധാന്യമെന്ത്?
6. ഉപഭോക്താവിനെ സംസ്കാരം സ്വാധീനിക്കുന്നതെങ്ങനെ?
7. സർഗ്ഗാത്മകത എന്നാൽ എന്ത്?
8. ബ്രെയ്ൻ സ്റ്റോമിന് രൂപം നൽകിയതാര്? എന്തിന്?
9. ബിഗ് ഐഡിയ രൂപീകരിക്കുന്നതെങ്ങനെ?
10. ഡാറ്റാ ബേസ് മാർക്കറ്റിംഗ്.
11. ഇന്റർ ആക്ടിവിറ്റി വി.
12. പരസ്യമെന്ന വ്യവസായം.

(10×2=20)

പാർട്ട് ബി

ഒന്നര പുറത്തിൽ കവിയാതെ ആറ് ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഉത്തരമെഴുതുക.
ഓരോ ചോദ്യത്തിനും 5 മാർക്ക് വീതം.

13. കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ മോഡലുകൾ വിവരിക്കുക.
14. പരസ്യം ഒരു ബഹുജനആശയവിനിമയമാണോ- വിവരിക്കുക.





15. വാമൊഴി ഭാഷയും പരസ്യഭാഷയും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസമെന്ത്?
16. വിവിധ സർഗ്ഗാത്മക സാഹിത്യരൂപങ്ങൾ പരസ്യസന്ദേശസൃഷ്ടിക്ക് എങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാം?
17. സർഗ്ഗാത്മകതയുടെ വിലങ്ങുതടികൾ ഏവ?
18. പരസ്യം കുട്ടികളെ വഴിതെറ്റിക്കുന്നു എന്ന അഭിപ്രായത്തെ നിങ്ങൾ എങ്ങനെ കാണുന്നു?
19. സ്റ്റോറി ബോർഡ്- വിവരിക്കുക.
20. ഇ-മെയിൽ അഡ്വർടൈസിങ്ങ് -വിശദമാക്കുക.
21. സോഷ്യൽ മാർക്കറ്റിംഗ് സാധ്യതകൾ ഏവ? - വിവരിക്കുക.

(6×5=30)

പാർട്ട് സി

നാലു പുറത്തിൽ കവിയാതെ **രണ്ട്** ചോദ്യത്തിന് ഉത്തരമെഴുതുക.
ഓരോ ചോദ്യത്തിനും 15 മാർക്ക് വീതം.

22. വിപണികേന്ദ്രിതമായ ഒരു ലോകത്തു മാത്രമേ പരസ്യങ്ങൾക്ക് പ്രാധാന്യമുള്ളൂ. ഈ പ്രസ്താവനയുടെ സാംഗത്യം പരിശോധിക്കുക.
23. ഉപഭോക്താവ് രാജാവായ കാലത്ത് വിപണി ഉപഭോക്താവിനെ മുന്നിൽ കണ്ടാണ് രൂപപ്പെടുന്നത്. ശരിയോ- വിശദമാക്കുക.
24. മൂല്യാധിഷ്ഠിത ചിന്തനം ഉപഭോക്താവിന്റെ പരസ്യതീരുമാനപ്രക്രിയയെ സ്വാധീനിക്കുന്നതെങ്ങനെയെന്ന് ഉദാഹരണസഹിതം വ്യക്തമാക്കുക.
25. ഇന്നിന്റെ പരസ്യങ്ങളെക്കുറിച്ച് ഒരവലോകനം നടത്തുക.

(2×15=30)

