



QP CODE: 21102064

21102064

Reg No :

Name :

B.A DEGREE (CBCS) EXAMINATION, AUGUST 2021

Third Semester

B.A Malayalam Language and Literature Model II Copy Writing

VOCATIONAL COURSE - ML3VOT06 - പരസ്യവും മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങളും

2017 Admission Onwards

209CAB1D

Time: 3 Hours

Max. Marks : 80

Part A

Answer any **ten** questions.

Each question carries **2** marks.

1. ട്രേഡ് മാർക്ക് എന്നാൽ എന്ത്?
2. പരസ്യകർത്താവും വിപണിയും - കുറിപ്പെഴുതുക.
3. ക്രിയേറ്റീവ് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റിന്റെ ജോലി എന്ത്?
4. പ്ലാനിങ്ങിന്റെ ഘടനയെന്ത്?
5. അഡ്വർടൈസ്മെന്റ് പ്ലാനിനെക്കുറിച്ച് വിവരിക്കുക.
6. സ്ഥലം, സമയം ഇവ വാങ്ങുമ്പോൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട കാര്യങ്ങൾ ഏവ?
7. കൺസ്യൂമർ പ്രമോഷൻ ഉപയോഗിക്കുന്ന തന്ത്രങ്ങളേവ?
8. പബ്ലിക് റിലേഷൻ തന്ത്രങ്ങൾ ഏവ?
9. വിപണനവും പരസ്യവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധമെന്ത്?
10. ഫലശ്രേണി സിദ്ധാന്തം എന്നാൽ എന്ത്?
11. മാർക്കറ്റ് സെഗ്മെന്റേഷന്റെ പ്രസക്തിയെന്ത്?
12. ഇമേജ് ഇറ എന്നാൽ എന്ത്?

(10×2=20)

Part B

Answer any **six** questions.

Each question carries **5** marks.

13. പരസ്യമാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങൾ വിവരിക്കുക





14. ഒരു പരസ്യത്തെ വിജയകരമാക്കി മാറ്റുന്ന കാര്യങ്ങൾ ഏതെല്ലാമെന്ന് വിവരിക്കുക.
15. മാർക്കറ്റിങ്ങ് പ്രത്യേകത പരസ്യത്തെ എങ്ങനെ സ്വാധീനിക്കുന്നു?
16. പരസ്യം മാർക്കറ്റിങ്ങ് മിക്സിലെ പ്രധാന ഘടകമാണോ? ചർച്ച ചെയ്യുക.
17. സെയിൽസ് പ്രമോഷനിൽ ഉൾപ്പെടുന്നതെന്തെല്ലാം? വിവരിക്കുക.
18. പരസ്യസിദ്ധാന്തങ്ങൾ എഴുതുക.
19. ബ്രാൻഡ് ഇമേജ് സങ്കല്പത്തിന് ഡേവിഡ് ഒഗ്ലിവി നല്കിയ സംഭാവനയെന്ത്?
20. ആഗോളവൽക്കരണം കമ്പോളത്തിൽ സൃഷ്ടിച്ച മാറ്റങ്ങൾ ഏവ?
21. ആധുനികവിപണനതത്വങ്ങൾ വിവരിക്കുക.

(6×5=30)

Part C

Answer any **two** questions.

Each question carries **15** marks.

22. കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ മിക്സ് എന്നാൽ എന്ത്? വിശദമായി വിവരിക്കുക.
23. ലക്ഷ്യസദസ്സിനെ പ്രീണിപ്പിക്കലാണ് പരസ്യം എന്ന അഭിപ്രായത്തിന്റെ പ്രസക്തി ചർച്ച ചെയ്യുക.
24. ഉപഭോക്താവിന്റെ പെരുമാറ്റത്തെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനം ആധുനികമനശ്ശാസ്ത്രത്തിന്റെ സൃഷ്ടിയാണോ? വിവരിക്കുക.
25. പരസ്യബജറ്റ് താളംതെറ്റിയാൽ പരസ്യം വിജയിച്ചാലും ഉല്പന്നം വിജയിക്കില്ല. വിശദമായി നിരീക്ഷിക്കുക.

(2×15=30)

