

Reg. No. :

Code No. : 30191 B Sub. Code : SAEC 11/
AAEC 11

B.A. (CBCS) DEGREE EXAMINATION, APRIL 2023

First Semester

Economics — Allied

PRINCIPLES OF ADVERTISEMENT — I

(For those who joined in July 2017–2020)

Time : Three hours

Maximum : 75 marks

PART A — (10 × 1 = 10 marks)

Answer ALL questions.

Choose the correct answer :

1. தற்போதைய நுகர்வோரை வாங்க வைப்பது
மட்டுமல்லாமல், இன்றும் அதிகமாக வாங்கத்
தூண்டுவது —————

(அ) பெருக்க கலவை (ஆ) நேரடி விற்பனை

(இ) பொதுத்தொடர்பு (ஈ) விற்பனை பெருக்கம்

to maintain the present consumers to buy the product and encourage them to buy more is an objective of

- (a) promotion mix (b) personal selling
(c) public relations (d) sales promotion

2. 'விளம்பரம் வேலை வாய்ப்பை உருவாக்குகிறது' எனினில் இது விற்பனை அளவையும் _____ யையும் அதிகரிக்கின்றது.

- (அ) உற்பத்தி
(ஆ) சந்தையிடல்
(இ) விற்பனை பெருக்கம்
(ஈ) நேரடி விற்பனை

'Advertisement crates employment' as it increases the volume of sales and _____

- (a) production (b) marketing
(c) promotion (d) personal selling

3. பின்வருவனவற்றுள் எது தனிநபர் தொடர்பு விளம்பரம்?

- (அ) இணையவழி விளம்பரம்
(ஆ) தொலைகாட்சி
(இ) நேரடி தபால் விளம்பரம்
(ஈ) அச்சு விளம்பரம்

Page 2 Code No. : 30191 B

Which of the following is more of personal medium of advertisement?

- (a) internal advertisement
(b) broadcast media
(c) direct mail advertising
(d) print media

4. முன்னோடி விளம்பரம், நுகர்வோர் விளம்பரம் மற்றும் பண்ட விளம்பரம் எனப்படுவது

- (அ) விளம்பரத்தின் நோக்கம்
(ஆ) விளம்பரத்தின் வகைகள்
(இ) விளம்பரத்தின் சந்தையிடல் தீர்மானம்
(ஈ) விளம்பரத்தை மதிப்பிடல்

Pioneer advertising, consumer advertising and product advertising are

- (a) objective of advertising
(b) types of advertising
(c) marketing decisions in advertising
(d) evaluating advertising

Page 3 Code No. : 30191 B

5. செய்திகளுக்கு பத்திரிகைகள் நம்பிக்கை அளிக்கிறது, எனெனில் நல்லெணத்தை அவைகள் பெற்றுள்ளன

- (அ) சந்தையிடல் மேலாளர்
- (ஆ) சில்லறை விற்பனையாளர்கள்
- (இ) நுகர்வோர்கள்
- (ஈ) மொத்த விற்பனையாளர்கள்

Magazines, add credibility to the message because of the reputation in the eyes of

- (a) marketing manager
- (b) retailers
- (c) consumers
- (d) wholesalers

6. சந்தையிடலில் முக்கிய விற்பனை பெருக்க கருவி

- (அ) வாய் வழி விளம்பரம்
- (ஆ) சுய விளம்பரம்
- (இ) தள்ளு ஊக்குவிப்பு
- (ஈ) ஒப்பந்ததாரர் விற்பனை பெருக்க முறை

The best promotional tool in any marketing is

- (a) word of mouth publicity
- (b) self publicity
- (c) push promotion
- (d) dealers promotion method

7. பொதுமக்களிடையே சென்று சேரும் மிக புகழ்பெற்ற விளம்பர முறை

- (அ) சமூகவிளம்பர சாதனம்
- (ஆ) இ-மெயில்
- (இ) தொலைகாட்சி
- (ஈ) அச்ச விளம்பரம்

The most popular form of advertising which reaches to masses

- (a) Social media
- (b) Email
- (c) Television
- (d) Print

8. கடந்த நூற்றாண்டின் நடுபகுதிவரை வானொலி மூலமான விளம்பரம் சிறப்புற்றிருந்தது எனெனில்

- (அ) அதன் சிறப்பு தன்மை
- (ஆ) செய்திதாள்களைவிட புகழ் பெற்றது
- (இ) மக்களை சென்றடைந்தது
- (ஈ) விளம்பரச் செலவு

Advertisement through radio was very popular in the middle of last century because of _____

- (a) Its effectiveness
- (b) More popular than news paper
- (c) Mass reach
- (d) Cost of advertisement

9. விளம்பர சாதன திட்டமிடுபவர்கள், விளம்பர நோக்கங்களை நிறைவேற்றுவதற்கு மேற்கொள்ளும் தொடர் நடவடிக்கைகள்

(அ) விளம்பர சாதன பணி

(ஆ) விளம்பர சாதன உத்தி

(இ) விளம்பர சாதன கொள்கை

(ஈ) விளம்பர சாதன வாய்ப்பு

A series of actors that media planners take to attain the media objectives

(a) media functions (b) media strategy

(c) media policy (d) media option

10. பின்வருபனவற்றுள் எது அடிப்படை விளம்பர நோக்கமல்ல?

(அ) செய்தியளித்தல் (ஆ) தூண்டுதல்

(இ) நினைவூட்டல் (ஈ) இலாபம் ஈட்டுதல்

Which is not a primary advertising objective?

(a) To inform (b) To persuade

(c) To remind (d) To make profits

PART B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions choosing either (a) or (b).
Each answer should not exceed 250 words.

11. (அ) விளம்பரம் என்பது யாது?

What is advertising?

Or

(ஆ) விளம்பரத்தின் இயல்புகளைக் கூறுக.

State the features of advertising.

12. (அ) விளம்பர சாதனம் பற்றி குறிப்பு எழுதுக.

Write a note on advertising media.

Or

(ஆ) விளம்பர சாதனம் தேர்வின் தேவையை விளக்குக.

Explain the need for media selection.

13. (அ) பத்திரிகை சுற்றை பாதிக்கும் காரணிகள் யாவை?

What are the factors affecting magazine circulation?

Or

(ஆ) அயல்நாட்டு செய்தி தாள்கள் பற்றி குறிப்பு எழுதுக.

Write a note on foreign news papers.

14. (அ) புற விளம்பரத்தின் இயல்புகள் யாவை?
What are the features of outdoor advertising?

Or

(ஆ) அக மற்றும் புற விளம்பரத்தை வேறுபடுத்துக.
Distinguish between indoor and outdoor advertising.

15. (அ) 'வானொலி விளம்பரத்தை' வரையறுத்து அதன் இயல்புகளைச் சுட்டுக.
Define 'Radio advertising' and indicate its features.

Or

(ஆ) இணையதள விளம்பரம் பற்றி குறிப்பு எழுதுக.
Write a note on internet advertising.

PART C — (5 × 8 = 40 marks)

Answer ALL questions choosing either (a) or (b).
Each answer should not exceed 600 words.

16. (அ) விளம்பரப்படுத்துதலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.
Explain the importance of advertising.

Or

(ஆ) விளம்பர வகைகளை விவாதி.
Discuss the types of advertising.

Page 8 Code No. : 30191 B

17. (அ) விளம்பர சாதனத்தை தேர்வு செய்கையில் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியவை யாவை?
What are the factors to be considered in the selection of advertising media?

Or

(ஆ) காட்சி விளம்பரம் பற்றி விரிவானக் குறிப்பு தருக.
Elaborate 'Display advertising'.

18. (அ) தமிழ்நாட்டிலுள்ள முக்கிய செய்தி தாள்களை விளக்குக.
Explain the major news papers in Tamilnadu.

Or

(ஆ) நாளிதழ்களில், விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவத்தை சுறுங்கத் தருக.
Brief the significance of advertisement in magazines.

19. (அ) விளம்பரத்தின் வடிவங்களை விளக்குக.
Explain the forms of outdoor advertising.

Or

(ஆ) விளம்பரத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகளை விவாதி.
Discuss the merits and demerits of outdoor advertising.

Page 9 Code No. : 30191 B

20. (அ) தொலைகாட்சி விளம்பரத்தின் நன்மைகளை விவாதி.

Discuss the advantages of television advertising.

Or

(ஆ) மின்னணு சாதனங்கள் மூலமான விளம்பர வடிவங்களை விளக்குக.

Explain the forms of advertising through electronic media.