



UTTARAKHAND OPEN UNIVERSITY, HALDWANI (NAINITAL)

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल

PGDJMC/MJMC IInd SEM ASSIGNMENT

पीजीडीजेएमसी/एमजेएमसी द्वितीय छमाही सत्रीय कार्य

Last Date of Submission: 15 June, 2014 (जमा करने की अन्तिम तिथि: 15 जून, 2014)

Course Title: Advertising & Public Relation

Course Code: JMC 06 /MJMC-202

कोर्स शीर्षक: विज्ञापन और जन सम्पर्क

कोर्स कोड: जेएमसी 06 /एमजेएमसी 202

Year: 2013-14

Maximum Marks: 40

सत्र: 2013-14

अधिकतम अंक: 40

Section 'A' contains 08 short answer type questions of 5 marks each. Learners are required to answer 4 questions only. Answers of short answer-type questions must be restricted to minimum 500 words.

भाग (क) में आठ लघु उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल चार प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए 5 अंक निर्धारित हैं तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर कम से कम 500 शब्दों का होना चाहिए।

1. विज्ञापन से क्या तात्पर्य है ? वर्गीकृत विज्ञापन को उदाहरण दकेर समझाइए।
2. जनसम्पर्क से क्या अभिप्राय है? स्पष्ट कीजिए।
3. जनसंपर्क के किन्हीं दो लोकप्रिय माध्यमों का वर्णन कीजिए।
4. किसी संस्थान के लिए जनसम्पर्क का क्या महत्व है?
5. किसी संस्थान के लिए विज्ञापन का क्या महत्व हो सकता है? स्पष्ट कीजिए।
6. विज्ञापन के उद्देश्य स्पष्ट कीजिए।
7. जनसम्पर्क और विज्ञापन में अंतर स्पष्ट कीजिए।
8. एक सफल जनसम्पर्क अधिकारी के गुणों का वर्णन कीजिए।

Section 'B' contains 04 long answer-type questions of 10 marks each. Learners are required to answer 02 questions only. Answers of questions must be restricted to minimum 1000 words.

भाग (ख) में चार दीर्घ उत्तरीय प्रश्न दिये गये हैं, इनमें से केवल दो प्रश्नों के उत्तर देने हैं। प्रत्येक प्रश्न के लिए 10 अंक निर्धारित हैं। तथा प्रत्येक प्रश्न का उत्तर कम से कम 1000 शब्दों का होना चाहिए।

1. लोकमत या जनमत किसे कहते हैं? जनसंपर्क से इसका क्या सम्बन्ध है? स्पष्ट कीजिए।
2. जनमत निर्माण को कैसे प्रभावी बनाया जाय, समझाइए।
3. भारत में परम्परागत जनसंपर्क पर एक विस्तृत लेख लिखिए।
4. क्या विज्ञापन हमेशा लाभ के उद्देश्य को लेकर दिये जाते हैं ? उदाहरण के साथ स्पष्ट कीजिए।