



23127557

QP CODE: 23127557

Reg No :

Name :

**B.A DEGREE (CBCS) REGULAR / IMPROVEMENT / REAPPEARANCE
EXAMINATIONS, OCTOBER 2023**

Third Semester

B.A Malayalam Language and Literature Model II Copy Writing

VOCATIONAL COURSE - ML3VOT06 - പരസ്യവും മാനേജ്മെന്റ് തത്വങ്ങളും

2017 Admission Onwards

FA722DE1

Time: 3 Hours

Max. Marks : 80

Part A

Answer any **ten** questions.

Each question carries **2** marks.

1. സെയിൽസ് പ്രമോഷൻ ബഡ്ജറ്റിന്റെ എന്താണ്?
2. ഉപഭോക്തൃചേഷ്ഠാപഠനവും പരസ്യകർത്താവും തമ്മിലുള്ള ബന്ധമെന്ത്?
3. അക്കൗണ്ട്സ് ഡിപ്പാർട്ട്മെന്റിന്റെ പ്രവർത്തനം എന്ത്?
4. പരസ്യത്തിലെ തീരുമാനമെടുക്കൽ പ്രക്രിയ എന്ത്?
5. പ്ലാനിങ്ങ് സ്ട്രാറ്റജി എന്നാൽ എന്ത്?
6. ട്രാൻസിറ്റ് അഡ്വർടൈസിങ്ങ് എന്നാൽ എന്ത്?
7. വിവിധ മാർക്കറ്റിങ്ങ് പ്രോഗ്രാമുകൾ എഴുതുക.
8. മാർക്കറ്റിങ്ങിൽ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ മിഷിനുള്ള പ്രാധാന്യമെന്ത്?
9. പരസ്യവിനിയോഗത്തിൽ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട കാര്യങ്ങൾ ഏവ?
10. DAGMAR സമീപനം അവതരിപ്പിച്ചത് ആര്? പ്രസക്തി എന്ത്?
11. കമ്പോളത്തിന്റെ സവിശേഷതകൾ ഏവ?
12. ഇമേജ് ഇറ എന്നാൽ എന്ത്?

(10×2=20)

Part B

Answer any **six** questions.

Each question carries **5** marks.



13. കമ്പോളഗവേഷണവും പരസ്യഗവേഷണവും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസം എന്ത്?
14. മാർക്കറ്റിങ്ങ് പ്ലാൻ ഫലപ്രദമാക്കുന്നതെങ്ങനെ?
15. വിപണനത്തിനാവശ്യമായ എല്ലാ ഘടകങ്ങളുടെയും ചേർച്ചയാണ് മാർക്കറ്റിങ്ങ് മിക്സ്. വിവരിക്കുക.
16. ഉപഭോക്താവ് രാജാവായി മാറിയ പുതിയ കാലത്തിന്റെ വിപണനതന്ത്രമാണ് സെയിൽസ് പ്രമോഷൻ. വിവരിക്കുക.
17. പബ്ലിക് റിലേഷൻ ഒരു മുഖംമിനുക്കൽപ്രക്രിയയാണോ? വിവരിക്കുക.
18. പരസ്യത്തിന്റെ നിർദ്ദിഷ്ടലക്ഷ്യങ്ങൾ എന്തെല്ലാം? വിവരിക്കുക.
19. വിപണനം എന്ന നിർദ്ദിഷ്ടലക്ഷ്യസാധ്യത്തിന് ചെച്ചേണ്ട കാര്യങ്ങൾ ഏവ?
20. ഉപഭോക്താക്കളുടെ പെരുമാറ്റം കമ്പോളത്തെ എങ്ങനെ സ്വാധീനിക്കുന്നു?
21. മാധ്യമച്ചെലവുകൾഎന്നാൽ എന്ത്? വിവരിക്കുക.

(6×5=30)

Part C

Answer any **two** questions.

Each question carries **15** marks.

22. പരസ്യത്തെക്കാൾ ഉൽപന്നത്തിന്റെ വിൽപനയ്ക്ക് സെയിൽസ് പ്രമോഷൻ സഹായിക്കുമെന്ന വാദം ശരിയോ? വിവരിക്കുക.
23. ഉപഭോക്താക്കൾ ഉല്പന്നങ്ങളെല്ലാ ബ്രാൻഡുകളാണ് തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. ഈ പ്രസ്താവം ശരിയോ? നിരീക്ഷിക്കുക.
24. ഉപഭോക്താവിനെ വ്യക്തിയായി കണക്കാക്കുന്നുവെന്നതാണ് കമ്പോളവണ്ഡനത്തിന്റെ പ്രസക്തി. വിവരിക്കുക.
25. മാർക്കറ്റിങ്ങും മാർക്കറ്റും പരസ്യവും തമ്മിൽ എങ്ങനെയെല്ലാം ബന്ധപ്പെടുന്നു? വിശദീകരിക്കുക.

(2×15=30)