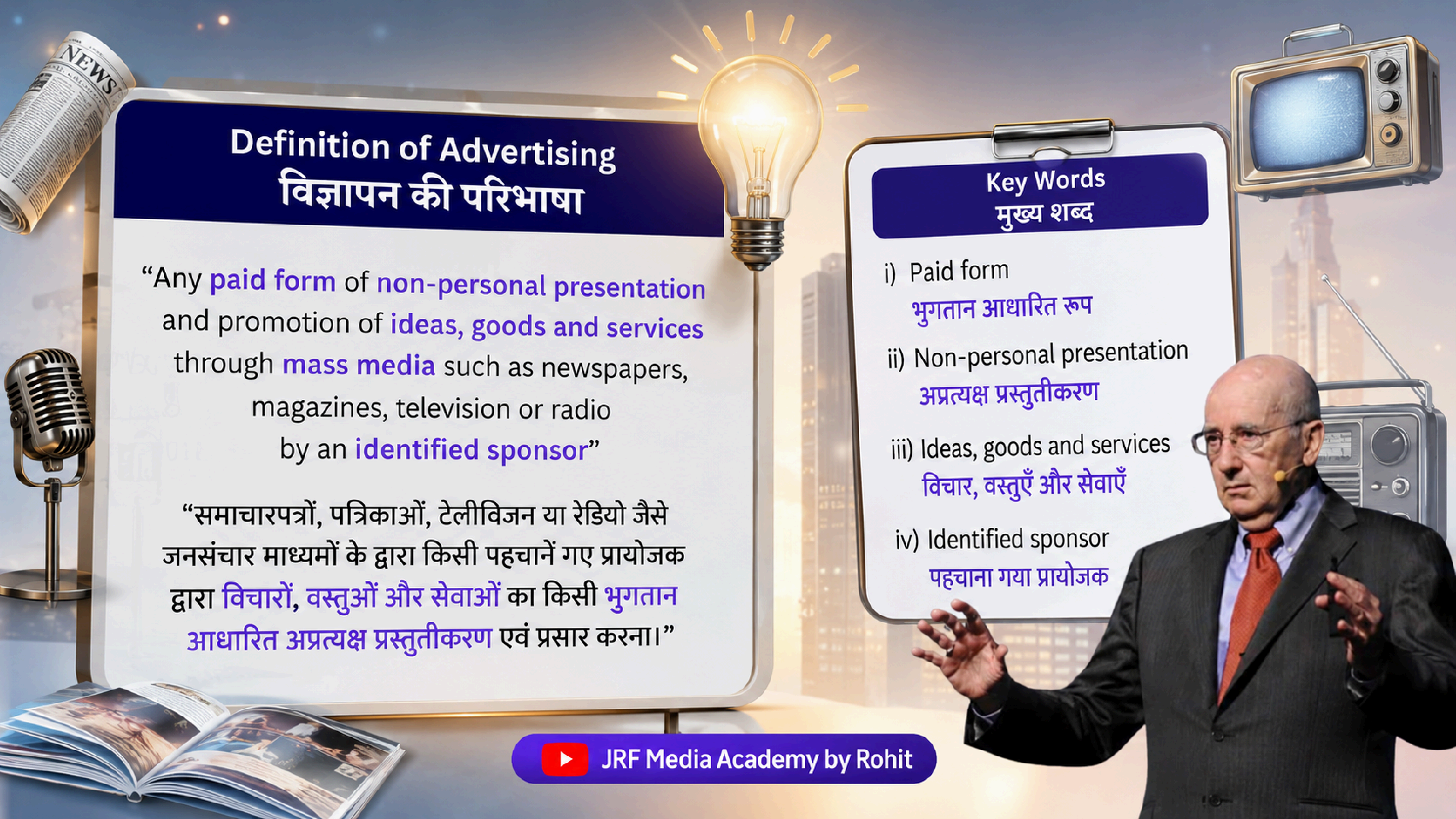

Definition of Advertising
विज्ञापन की परिभाषा
"Any paid form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods and services through mass media such as newspapers, magazines, television or radio by an identified sponsor"
"समाचारपत्रों, पत्रिकाओं, टेलीविजन या रेडियो जैसे जनसंचार माध्यमों के द्वारा किसी पहचानें गए प्रायोजक द्वारा विचारों, वस्तुओं और सेवाओं का किसी भुगतान आधारित अप्रत्यक्ष प्रस्तुतीकरण एवं प्रसार करना।"
Key Words
मुख्य शब्द
i) Paid form
भुगतान आधारित रूप
ii) Non-personal presentation
अप्रत्यक्ष प्रस्तुतीकरण
iii) Ideas, goods and services
विचार, वस्तुएँ और सेवाएँ
iv) Identified sponsor
पहचाना गया प्रायोजक
JRF Media Academy by Rohit
NEWS

Rohit Yadav

PhD Scholar at
Central University of Rajasthan

JRF Media Academy

UGC-NET

PAPER 1

FULL COURSE

✓ Let's Find Out Every Concept in Detail.

- COMPLETE SYLLABUS – TOPIC WISE
- LATEST PYQ's WITH DETAILED SOLUTIONS
- TOPIC-WISE VIDEO LECTURES
- HINDI & ENGLISH

+ MASS COMMUNICATION

PAPER 2

FULL COURSE

UGC-NET by Rohit

UGC-NET Paper 1 Complete Syllabus with Latest PYQ's Solutions.

1. Paid Form भुगतान आधारित रूप

- For each advertisement, a **fee** must be paid to the medium that conveys the message.
- Placing an advertisement on a billboard along a busy highway incurs **charges** for the **design**, printing, and the space rental on the billboard.
- **Free** placements are not classified as advertisements.

- प्रत्येक विज्ञापन के लिए संदेश पहुँचाने वाले माध्यम को शुल्क देना आवश्यक होता है।
- व्यस्त राजमार्ग पर लगे होर्डिंग पर विज्ञापन लगाने के लिए **डिजाइन, प्रिंटिंग** और होर्डिंग पर स्थान किराए के लिए **शुल्क** देना पड़ता है।
- **नि:शुल्क** प्लेसमेंट को विज्ञापन की श्रेणी में नहीं रखा जाता।

2. Non-Personal Presentation अप्रत्यक्ष प्रस्तुतीकरण

- Advertisement delivers a message to a **broad audience** without direct, individual interaction, using media such as billboards, newspapers or TV commercials to communicate ne masse.

- विज्ञापन बिना किसी प्रत्यक्ष व्यक्तिगत संपर्क के, व्यापक दर्शकों तक संदेश पहुँचाता है, जैसे होर्डिंग, समाचार पत्र या टीवी विज्ञापनों के माध्यम से बड़े पैमाने पर संवाद करना।

3. Ideas, goods, and services विचार, वस्तुएँ और सेवाएँ

- Advertising promotes a **wide range of offerings**, from conceptual ideas and philosophies to tangible products and services, aiming to inform or persuade the target audience.

- विज्ञापन विचारों और दर्शन से लेकर वास्तविक उत्पादों और सेवाओं तक विविध प्रकार की पेशकश को बढ़ावा देता है, जिसका उद्देश्य लक्षित दर्शकों को जानकारी देना या प्रभावित करना है।

4. Identified sponsor पहचाना गया प्रायोजक

- The phrase identified sponsor means that the producer or seller who advertises the product should be **known** through the advertised message.
- In other words, the receiver of the message should be able to **identify both of source and purpose** of the advertisement. If it is not sponsor it is not advertisement.

- पहचाना गया प्रायोजक का अर्थ है कि जिस निर्माता या विकेता का उत्पाद विज्ञापित किया जा रहा है, वह विज्ञापन संदेश के माध्यम से ज्ञात होना चाहिए।
- दुसरे शब्दों में, संदेश का प्राप्तकर्ता विज्ञापन के स्रोत और उडेस्य दोनों की पहचान करने में सक्षम होना चाहिए। यदि यह प्रायोजक नहीं है तो वह विज्ञापन नहीं है।

JRF Media Academy by Rohit

MARKETING
मार्केटिंग

"The science and art of exploring, creating and delivering value to satisfy the needs of a target market at a profit. Marketing identifies unfulfilled needs and desires. It defines, measures and quantifies the size of the identified market and the profit potential."

मार्केटिंग वह विज्ञान और कला है जो लक्षित बाजार की आवश्यकताओं को लाभ के साथ पूरा करने के लिए मूल्य की खोज, निर्माण और वितरण करती है। मार्केटिंग अपूर्ण आवश्यकताओं और इच्छाओं की पहचान करती है। यह पहचाने गए बाजार के आकार और लाभ की संभावनाओं को परिभाषित, मापती और मात्रात्मक रूप से निर्धारित करती है।

Philip Kotler
फिलिप कोटलर

AMERICAN MARKETING ASSOCIATION

Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.

मार्केटिंग वह गतिविधि, संस्थाओं और प्रक्रियाओं का समूह है जो मूल्यवान, प्रस्तावों का निर्माण, संप्रेषण, वितरण और विनिमय करता है, जो ग्राहकों, क्लाइंट्स, साझेदारों और व्यापक समाज के लिए मूल्य रखते हैं।

IDENTIFY
पहचान

MEASURE
मापना

QUANTIFY
मात्रात्मक करना

PROFIT POTENTIAL
लाभ की संभावनाएं

ADVERTISING IS A SUBSET OF MARKETING
विज्ञापन, मार्केटिंग का एक हिस्सा है।

JRF Media Academy by Rohit

Marketing Mix
4 P's

- **Marketing mix** is a selection of marketing tools that include several areas of focus that can be combined to create a **comprehensive plan**.

- **मार्केटिंग मिक्स** विभिन्न मार्केटिंग टूल्स का चयन है, जिसमें कई फ़ोकस एरिया शामिल होते हैं जो मिलकर एक **व्यापक योजना** बनाने में मदद करते हैं।

- The term refers to a classification that began as the **4 P's**: product, price, placement, and promotion, and has been expanded to **Product**, **Price**, **Promotion**, **Place**, **People**, **Packaging**, **and Process**.

- यह शब्द एक वर्गीकरण को संदर्भित करता है जिसकी शुरुआत **4 P's** से हुई थी: product, price, placement, और promotion, और इसे आगे बढ़ाकर **Product, Price, Promotion, Place, People, Packaging**, और **Process** तक विस्तारित किया गया है।

JRF Media Academy by Rohit

Promotion Mix
प्रमोशन मिक्स

- The promotion mix, also known as the marketing communication mix, is a combination of elements used to communicate with and engage customers. The four major elements of the promotion mix are: **Advertising, Sales promotion, Personal selling, Public relations**
- प्रमोशन मिक्स, जिसे मार्केटिंग कम्युनिकेशन मिक्स भी कहा जाता है, ग्राहकों के साथ संवाद करने और उन्हें जोड़ने के लिए उपयोग किए जाने वाले तत्वों का एक संयोजन है। प्रमोशन मिक्स के चार प्रमुख तत्व हैं: **विज्ञापन, सेल्स प्रमोशन, व्यक्तिगत बिक्री, पब्लिक रिलेशंस**

Marketing Mix
मार्केटिंग मिक्स

1 Advertising:
Paid communication through various media to reach a wide audience, **controlled** by the advertiser.
विज्ञापन: विभिन्न मीडिया के माध्यम से भुगतान किया गया संचार, जिससे व्यापक दर्शकों तक पहुँचा जा सके, नियंत्रित विज्ञापनदाता द्वारा।

2 Sales Promotion:
Short-term incentives like discounts and coupons to stimulate immediate sales.
सेल्स प्रमोशन: त्वरित बिक्री को बढ़ावा देने के लिए छूट और कूपन जैसे अल्पकालिक प्रोत्साहन।

3 Public Relations (PR):
Efforts to maintain a positive image and manage communication between an organization and its public.
पब्लिक रिलेशंस (PR): संगठन और उसके जनता के बीच सकारात्मक छवि बनाए रखने और संचार प्रबंधन के प्रयास।

4 Personal Selling:
Direct sales representatives interact with potential buyers to make a sale.
व्यक्तिगत बिक्री: बिक्री प्रतिनिधि संभावित खरीदारों के साथ सीधे संवाद करके बिक्री करते हैं।

5 Direct Marketing:
Targeted communication that sends messages directly to potential customers to elicit a direct response.
डायरेक्ट मार्केटिंग: लक्षित संचार जो संभावित ग्राहकों को सीधे संदेश भेजकर सीधा जवाब प्राप्त करता हैं।

DIFFERENCE BETWEEN ADVERTISING AND PUBLICITY

विज्ञापन और प्रचार के बीच अंतर

ADVERTISING / विज्ञापन

1 Paid form of communication.
Advertisement is a paid form of communication. Its cost is borne by the advertiser.

भुगतान आधारित संचार का रूप। विज्ञापन एक भुगतान आधारित संचार है। इसका खर्च विज्ञापनदाता उठाता है।

2 Identification of sponsor: Advertisement is issued by an identified sponsor.

प्रायोजक की पहचान: विज्ञापन एक पहचाने गए प्रायोजक द्वारा जारी किया जाता है।

3 Control over message: In advertising, the advertiser exercises control over the type, size, duration, and frequency of the message.

संदेश पर नियंत्रण: विज्ञापन में, विज्ञापनदाता संदेश के प्रकार, आकार, अवधि और आवृत्ति पर नियंत्रग रखता है।

VS

PUBLICITY / प्रचार

1 Publicity is any non-paid mention of an organization or its ideas or products in the news Media.

प्रचार समाचार माध्यम में किसी संगठन या उसके विचारों या उत्पादों का कोई गैर-भुगतानित उल्लेख है।

2 Publicity does not need an identified sponsor.

प्रचार के लिए किसी पहचाने गए प्रायोजक की आवश्यक्ता नहीं होती।

3 In the case of publicity, the control lies with the publicity media.

प्रचार के मामले में, नियंत्रण प्रचार माध्यम के पास होता है।

FUNCTIONS OF ADVERTISING
विज्ञापन के कार्य

1 Promotion of Sales.
It promotes the sale of goods and services by informing and persuading people to buy them.

विक्रय संवर्धन। यह लोगों को जानकारी देकर और उन्हें खरीदने के लिए प्रेरित करके वस्तुओं और सेवाओं की बिक्री को बढ़ावा देता है।

2 Introduction of New Product.
A business enterprise can introduce itself and its product to the public through advertising.

नए उत्पाद का परिचय। एक व्यवसाय अपना और अपने उत्पाद का परिचय जनता को विज्ञापन के माध्यम से करा सकता है।

3 Creation of Good Public Image
It builds up the reputation of the advertiser. Advertising enables a business firm to communicate its achievements in an effort to satisfy the customers' needs.

अच्छी सार्वजनिक छवि का निर्माण। यह विज्ञापनदाता की प्रतिष्ठा को स्थापित करता है और ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए उसके प्रयासों और उपलब्धियों को संप्रेषित करता है।

4 Mass Production
Advertising facilitates large-scale production. Advertising encourages production of goods in large-scale Mass production reduces the cost of production per unit by the economical use of various factors of production.

जन उत्पादन। विज्ञापन बड़े पैमाने पर उत्पादन को सुविधाजनक बनाता है और विभिन्न उत्पादन कारकों के आर्थिक उपयोग से प्रति इकाई उत्पादन की लागत को कम करता है।

5 support to Press.
Advertising provides an important source of revenue to the publishers and magazines. It enables to increase the circulation of their publication by selling them at lower rates

प्रेस को समर्थन। यह प्रकाशकों और पत्रिकाओं के लिए राजस्व का एक महत्वपूर्ण स्रोत प्रदान करता है और उन्हें कम दरों पर बेचकर उनके प्रकाशन के प्रसार को बढ़ाता है।

6 Educating People:
Advertising educate the people about new products and their uses. Advertising message about the utility of a product enables the people to widen their knowledge.

लोगों को शिक्षित करना। यह नए उत्पादों और उनके उपयोगों के बारे में लोगों को शिक्षित करता है और उनकी उपयोगिता के विज्ञापन से लोगों का ज्ञान बढ़ता है।

DIFFERENCE BETWEEN ADVERTISING AND PUBLICITY
विज्ञापन और प्रचार के बीच अंतर

ADVERTISING / विज्ञापन		PUBLICITY / प्रचार
1 Paid form of communication. Advertisement is a paid form of communication. Its cost is borne by the advertiser. भुगतान आधारित संचार का रूप। विज्ञापन एक भुगतान आधारित संचार है। इसका खर्च विज्ञापनदाता उठाता है।	VS	Publicity is any non-paid mention of an organization or its ideas or products in the news Media. प्रचार समाचार माध्यम में किसी संगठन या उसके विचारों या उत्पादों का कोई गैर-भुगतानित उल्लेख है।
2 Identification of sponsor: Advertisement is issued by an identified sponsor. प्रायोजक की पहचान: विज्ञापन एक पहचाने गए प्रायोजक द्वारा जारी किया जाता है।	VS	Publicity does not need an identified sponsor. प्रचार के लिए किसी पहचाने गए प्रायोजक की आवश्यकता नहीं होती।
3 Control over message: In dvertising, the advertiser exercises control over the type, size, duration, and frequency of the message. संदेश पर नियंत्रण: विज्ञापन में, विज्ञापनदाता संदेश के प्रकार, आकार, अवधि और आवृत्ति पर नियंत्रण रखता है।	VS	In the case of publicity, the control lies with the publicity media. प्रचार के मामले में, नियंत्रण प्रचार माध्यम के पास होता है।

GENERAL OBJECTIVES OF ADVERTISING
विज्ञापन के सामान्य उद्देश्य

- **To inform** सूचित करना
- **To Persuade** प्रभावित करना
- **To Remind** याद दिलाना

Specific Objectives of Advertising
विज्ञापन के विशिष्ट उद्देश्य

Rohit
Kumar
918791573037

01 Intensify usage
उपयोग को बढ़ाना

- To get another consumer segment to try the product (mostly established brand).
- किसी अन्य उपभोक्ता वर्ग को उत्पाद (मुख्यतः स्थापित ब्रांड) को आजमाने के लिए प्रेरित करना।

02 Sustain preference
पसंद को बनाए रखना

- Established brands advertise to maintain their market share.
- स्थापित ब्रांड अपने बाजार हिस्से को बनाए रखने के लिए विज्ञापन करते हैं।

03 Change habits
आदतें बदलना

- It is used to change the buying or consumption pattern of the target customers.
- इसका उपयोग लक्षित ग्राहकों के खरीदने या उपभोग के पैटर्न को बदलने के लिए किया जाता हैं।

04 Induce trial
परीक्षण के लिए प्रेरित करना

- Advertisers use it to encourage the customers to try the new product.
- विज्ञापनदाता इसका उपयोग ग्राहकों को नए उत्पाद को आजमाने के लिए प्रेरित करने के लिए करते हैं।

Q. Advertising reflects the ideology of

विज्ञापन किस विचारधारा को दर्शाता है?

(A) Consumers / उपभोक्ता

(B) Regulators / नियामक

(C) Publicists / प्रचारक

(D) Market-place / बाज़ार-स्थान

Q1 Which of the following is NOT a characteristic of advertising?

निम्नलिखित में से कौन विज्ञापन की विशेषता नहीं है?

A. Paid form of communication / संचार का भुगतान किया गया रूप

B. Promotion of products or ideas / उत्पादों या विचारों का प्रचार

C. Direct personal interaction / प्रत्यक्ष व्यक्तिगत संपर्क

D. Persuasion or influence / प्रभाव या मनाना

Q2 Which among the following is the key characteristic of advertising?

निम्नलिखित में से कौन विज्ञापन की प्रमुख विशेषता है?

A. Non-Personal communication / अव्यक्तिगत संचार

B. Non-payment by sponsors / प्रायोजक द्वारा गैर-भुगतान

C. Personal Communication / व्यक्तिगत संचार

D. Requires no media channels / किसी मीडिया चैनल की आवश्यकता नहीं

Q3 In advertising, who is the sender of the message typically?

विज्ञापन में संदेश का प्रेषक आमतौर पर कौन होता है?

A. Anonymous individuals / अज्ञात व्यक्ति

B. An identified sponsor / पहचाना गया प्रायोजक

C. The general public / सामान्य जनता

D. None of the above / उपरोक्त में से कोई नहीं

Q4 What is the primary purpose of advertising in the business context?

व्यावसायिक संदर्भ में विज्ञापन का प्राथमिक उद्देश्य क्या है?

A. To inform and educate / जानकारी देना और शिक्षित करना

B. To entertain the audience / दर्शकों का मनोरंजन करना

C. To create confusion among consumers / उपभोक्ताओं में भ्रम पैदा करना

D. To maximize company expenses / कंपनी के खर्च को अधिकतम करना